



СОЦИАЛЬНАЯ  
ЖУРНАЛИСТИКА:  
ПРОФЕССИЯ  
И ПОЗИЦИЯ



**Агентство социальной информации**

Посвящается 250-летию Московского государственного университета  
имени М.В. Ломоносова

# **СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ПРОФЕССИЯ И ПОЗИЦИЯ**

Москва, 2005

Социальная журналистика: профессия и позиция. — М.: Агентство социальной информации, 2005.

ISBN 5-901737-17-2

Сборник «Социальная журналистика: профессия и позиция» продолжает серию публикаций Агентства социальной информации (АСИ) по актуальному и развивающемуся направлению современной журналистики. В сборник включены материалы, отражающие как аналитику, так и практические разработки учебного курса «Социальная журналистика». Данный курс, апробированный на факультете журналистики МГУ и реализуемый сейчас в разных городах России, — попытка обогатить учебный процесс информацией, способствующей расширению социального видения молодого журналиста и приобретению им соответствующей профессиональной практики в рамках вуза.

Составитель: *Анна Севортьян*

Научный редактор: *Татьяна Фролова*

Редакторы: *Нина Балясникова, Елена Дубченко*

Дизайн обложки: *Денис Антонов*

Верстка: *Ирина Гуро*

Тираж: 1000 экз.

Издание осуществлено при поддержке Фонда Дмитрия Зимина «Династия».

© Агентство социальной информации, 2005

# Содержание

---

Предисловие .....	4
Социальный императив российской прессы .....	6
<i>Татьяна Фролова</i>	
Поле для профессионалов или поляна для дилетантов? .....	16
<i>Носиф Дзялошинский</i>	
Журналистика о человеке и для человека .....	22
<i>Анна Севортыян</i>	
Гражданская журналистика: характерные черты и методы .....	29
<i>Ольга Чернега</i>	
Социальная и гражданская: попытка сопоставления .....	36
<i>Надежда Хлебникова</i>	
Социальная тема в ульяновских СМИ .....	40
<i>Екатерина Женжеруха</i>	
Интерактивные методы в обучении студентов .....	44
<i>Оксана Тажирова</i>	
Я больше никогда не скажу: «Меня это не касается»... ..	49
<i>Татьяна Черепанова</i>	
Приложения .....	54
Программы учебных курсов .....	54
Москва .....	54
Барнаул .....	58
Мурманск .....	62
Нижний Новгород .....	65
Пенза .....	67
Пермь .....	71
Ульяновск .....	76
Материалы Межрегиональной встречи по проекту «Социальная журналистика гражданского общества» .....	80
Что почитать .....	87
Участники проекта .....	93
Фонд Дмитрия Зимина «Династия» .....	95
Агентство социальной информации .....	99

## Предисловие

---

Что такое социальная журналистика? Попытаемся ответить на этот вопрос просто — это пространство человека, причем человека обычного, выхваченного из толпы объективом камеры или каким-то событием. Соответственно, социальная журналистика имеет дело с наполняющими повседневность заботами — качеством образования, безработицей, медицинской помощью, бедностью, защитой прав и человеческого достоинства... Но это далеко не все.

Тенденция к выделению новых специализаций в журналистике и СМИ по сей день актуальна, поэтому появление «социального» подвида неизбежно. Только контекст у социальной журналистики гораздо шире первых возникающих ассоциаций.

Например, в рамках социальной темы журналист будет говорить о наркотиках и наркотрафике, и о ВИЧ/СПИДе, и о генетически модифицированных продуктах, о детях-сиротах, о проблеме прав человека в Чечне, о гендерных особенностях современного мира и распределении социальных ролей в семье. Да, наконец, о практическом значении гражданского общества в нашей жизни. Все перечисленные темы — определено сложные. И приемами их освещения, соответствующей лексикой, пониманием реалий журналисты, как правило, овладевают в процессе профессиональной работы.

Курс «Социальная журналистика», который сотрудники Агентства социальной информации (АСИ) ведут вместе с единомышленниками — преподавателями университетов, — продолжающаяся уже четвертый год попытка запустить некий новый процесс, способствующий расширению социального видения молодого журналиста и приобретению им соответствующей профессиональной практики еще при обучении в вузе. Эксперимент начался в 2002 году. АСИ к этому моменту уже восьмой год работало как информационное агентство, освещающее гражданские инициативы, и занималось продвижением социальной темы — в широком понимании — в СМИ.

Огромную роль в том, что курс социальной журналистики в тестовом режиме появился три года назад в университетской учебной программе, сыграла активная позиция факультета журналистики Московского государственного университета и лично Татьяны Ивановны Фроловой, заместителя заведующего кафедрой периодической печати. В ее лице АСИ нашло не просто единомышленника, но и научного руководителя всей университетской работы. Таким образом, курс родился как сугубо некоммерческий продукт и результат сотрудничества увлеченных людей от журналистской практики и вузовской науки.

В 2004-2005 учебному году курс как модель реализуется уже не только на основной площадке — факультете журналистики МГУ, но и в университетах Барнаула, Мурманска, Нижнего Новгорода, Пензы, Перми, Ульяновска. В рамках обучения студентов мы ведем разговор о профессиональном инструментарии и технологии журналистского творчества, о подходах к освещению отдельных

тем, о сюжетах, которые обычно проходят незамеченными. В аудиторию приходят эксперты от «социалки», журналисты-практики и просто интересные люди, которые помогают студентам иначе, в непривычном свете увидеть вроде бы привычные социальные реалии.

Учить ли социальной журналистике «принудительно», вводя подобные нашему курсу как обязательный предмет? Возможно, такое «вменение» в обязательную программу и привело бы к положительному результату, но все же представляется более правильным дать студентам право выбора интересных ему тем «в пространстве человека». Тем более, как видно из опыта занятий в разных городах, личностный фактор в преподавании и обучении не менее значим, чем при работе в редакции. Поэтому недостаточно просто поставить в расписание новую строчку и дать новую «учебную нагрузку» одному из преподавателей. Необходим сильный интерес и мотивация как преподавателя, так и студента — только тогда курс социальной журналистики будет обогащать учебную программу.

Без сомнения, наш курс — немассовый, зато может похвалиться индивидуальным подходом к студентам, «скроенностью» каждого семестра занятий под конкретную группу. И вне зависимости от того, приживется ли термин «социальная журналистика» в общей теории профессии, а наш курс — в расписании журфаков, идея познакомить студентов с многообразной социальной действительностью, показать им многие из тех жизненных историй, о которых, возможно, им предстоит делать материалы, представляется очень своевременной. Хотя бы для того, чтобы молодые журналисты выбирали специализацию осознанно и соглашались (или отказывались) работать с социальной темой, уже имея представление о ее специфике.

Хотя социальная журналистика сегодня нуждается в новых людях, методических разработках, большем внимании работников редакций (не читателей!), она вполне жизнеспособна вне тепличных условий. Согласно рыночным теориям, чем активнее ее продвигать, тем больше и охотнее ее будут принимать в обществе. И этому процессу мы также пытаемся помочь, работая над курсом социальной журналистики в вузах — даже если это не более чем удачный эксперимент.

*Выражаем благодарность всем коллегам и партнерам, продвигающим идеи социальной журналистики, а также Фонду Дмитрия Зимина «Династия», поддержавшему проект «Социальная журналистика гражданского общества», в рамках которого выходит в свет наш сборник.*

# Социальный императив российской прессы

---

Татьяна Фролова,

доцент, факультет журналистики МГУ

## Социальное и гражданское

Проект «Социальная журналистика гражданского общества» объединил журналистов, преподавателей, исследователей столицы и российских регионов. Круг реалий и идей, лежащих в основе проекта, называют «социальной журналистикой», «гражданской журналистикой», «журналистикой участия», «журналистикой социальной сферы». Все эти понятия по духу очень близки, они из одного смыслового поля, но многообразие обозначений все же требует небольшого комментария.

«Социальная журналистика»: такое определение, как и сама концепция, уже не новость в журналистской среде. В отечественной журналистике оно используется наиболее часто. Нам не раз приходилось объясняться по этому поводу: о том, что в последнее десятилетие сложилась особая профессиональная специализация, вызванная объективной необходимостью внимания к социальной составляющей российских реформ, что, увы, это не самая престижная специализация, что недооценка ее роли приводит к негативным последствиям для общества. Говорилось и том, что социальная журналистика не может быть сведена только к социальной теме — помимо тематического, ей присущи еще и функциональное, и ценностное своеобразие, и специфический характер отношений с аудиторией, и творческая специфика. Весь этот комплекс отношений нуждался — и нуждается! — в большей научной легитимности, в признании и, конечно, развитии. Нужно отметить и то, что понятие «социальной журналистики» (не собственно его смысл, а маркировка) вызывает неоднозначное толкование и отношение. Для этого имеются основания: многозначность самого понятия «социальное», традиции его использования в отечественной журналистике. Говоря о социальной журналистике, можно понимать ее и слишком широко, и слишком узко.

Понятие «гражданская журналистика» отражает американскую традицию понимания проблем современной журналистики и, прежде всего, необходимости поворота СМИ к человеку, к гражданскому обществу. Если «социальная журналистика» дает в первую очередь представление о своеобразии контента, то «гражданская журналистика» — о целевой функции, о ценностях, о социальной и гражданской ответственности прессы и осознании ее долга перед обществом; вероятно, она может выходить и за пределы собственно социальной проблематики.

Формула «журналистика участия» отражает стремление сделать журналистику более эффективной, реально участвующей в жизни сообщества (обычно местного) и использующей для этого свои творческие подходы. Осознание не-

обходимости новых концепций журналистики, усиление в ней человеческого фактора, новых принципов и творческих методов зародилось и получило развитие в американской профессиональной среде сравнительно недавно, в 80-90 годы прошлого столетия. Материал, накопленный американскими коллегами, интересен и нам; в нем более детально разработаны практические механизмы и рекомендации для региональной журналистики. Понимание смысла и целей в «социальной» и «гражданской» журналистике практически совпадает.

Называя по-разному, в сущности, одно и то же, мы делаем акценты на разных полюсах явления. В совокупности они дают представление о той журналистике, которую мы хотели бы видеть: обращенной к человеку, отражающей все аспекты его повседневной жизни, развивающей в нем гражданина, актуализирующей в каждой человеческой личности позитивное и создающее начало, выявляющей богатство связей личности с миром и создающей в социуме настоящую гражданственность и социальность — и, конечно, использующей особый творческий арсенал. В каждом из названий акцент делается на какой-либо стороне явления. Ни одно из них не отражает полностью сути явления, а потому и нет пока общего обозначения.

«Социальная журналистика гражданского общества» — это тоже не идеально. Хотелось бы и короче, и яснее. Но идея соединить различные аспекты в одно целое, обозначив и проблемно-тематические границы, и целевые ориентиры с самого начала делает проект эффективнее.

В самом деле: в России, в российской журналистике к гражданскому нужно идти через социальное. В социальной истории нашей страны практически не было периода, когда бы эти задачи решались одновременно. Классический русский либерализм всегда отличался силой духа и слабостью, а то и неспособностью к каким-либо практическим шагам («страшно далеки они от народа» — лучше не скажешь). Советская история, напротив, — это история удовлетворения минимальных социальных запросов вне всякой самостоятельной и тем более альтернативной гражданственности (вот тогда социальная тема в прессе присутствовала, а социальной журналистики не было и быть не могло). У нового либерализма открылась старая болезнь: слов было сказано много. Идея либерального гражданского общества завладела обществом, но осталась нереализованной — груз своевременно не осознанных и не решенных социальных проблем переключил сознание большинства на элементарное выживание. Тем не менее их решению нет никакой альтернативы. Социальный вызов и для российского государства, и для журналистики превращается в социальный императив.

Наблюдение: российские НКО, лицо гражданского общества, во множестве родились как протестные, в ответ на ущемление социальных прав граждан. Отсюда их оппозиционность, часто агрессивность и, прямо скажем, невысокая авторитетность и влияние. Споры нет — единственная обязанность граждан, как метко подмечено, «держать рот открытым». Но для чего? Активные действия могут быть следствием ущемления социальных прав, но возможны и желательны также как результат гражданского воспитания, как осознание этих прав. В последнем случае реально ждать более конструктивных действий. Вот

почему внимание к социальному бытию, к конкретному человеку пробуждает и развивает в нем гражданское сознание, в перспективе — инициирует активность и позитивные действия. Россияне в массе никогда не были избалованы вниманием ни властей, ни более удачливых сограждан, ни либералов-интеллектуалов, ни собственно журналистов. Если такая неизбалованная масса окажется в центре внимания хотя бы прессы...

## **«Мегатренды», «вызовы» и «национальные проекты»**

Состояние человеческих ресурсов в России продолжает вызывать тревогу. За последние годы социальные индикаторы перестали стремительно ухудшаться (интегральный показатель — индекс развития человеческого потенциала — по оценкам ООН даже повысился после обвального падения в прошедшем десятилетии), но мегатренд остается прежним: качество жизни большинства россиян неудовлетворительно, численность населения сокращается. Мегатренд — деградация, и пока она не остановлена. Россия в мировых гуманитарных рейтингах занимает средние позиции, но этого совершенно недостаточно ни для влияния на мировую политику, ни для собственной удовлетворенности. Не сформировался в новом российском обществе и реальный социальный капитал, то есть такая общность, которая способна мобилизовать ресурсы в общенациональных интересах и жестко противостоять вызовам.

Прошедший год — год активной социальной политики. Партии, пресса и граждане резко критиковали власть за эту политику. Однако следует признать, что впервые за полтора десятка лет такая политика проводилась более или менее концептуально и последовательно, хотя и не совсем продуманно на этапе реализации (за что даже публично извинился президент), а значит, и недостаточно эффективно.

Социальный капитал, социальность — ресурс общественный, определяющий качество отношений и внутреннюю силу общества. Но и государство может способствовать развитию социальности, формированию стабильной, прогрессивной среды, в которой только и возможно гражданское общество. В последние годы предприняты серьезные шаги по преодолению социального кризиса: погашение задолженностей по бюджетным выплатам, постепенный рост доходов, реорганизация, оптимизация и рационализация системы социальных льгот, пенсионная реформа, оживление общественного сектора и создание Общественной палаты и, наконец, объявленные недавно «национальные проекты» в области здравоохранения, образования, жилищного строительства. Нельзя сказать, повторим, что эти действия вызвали горячее одобрение. Причины тут разные: сказались и многочисленные просчеты самой власти, и сила привычки быть всегда в оппозиции, и политический подтекст, продиктованный иными обстоятельствами, но главным образом — тот факт, что заметного улучшения жизни не произошло. Социальный кризис настолько глубок, что все эти шаги, за которыми немало усилий и реальной работы, лишь смягчили ситуацию. Доходы остаются низкими, социальная инфраструктура отсталой,

стоимость жизни высокой. Бюджет наступающего года называют бюджетом развития. Объявленные приоритеты и намеченные практические шаги в области реализации решений позволяют ожидать видимых изменений.

Что же нового в прессе? Какова ее информационная политика в социальной сфере?

Начнем с краткого экскурса в новейшую социальную историю российских СМИ. В недавно вышедшем из печати фундаментальном исследовании «Средства массовой информации России» она представлена как последовательная и по историческим меркам довольно быстрая смена моделей: от авторитарной (пресса — инструмент подчинения) к перестроечной («гласность»), затем к свободной модели («четвертая власть»), а от нее к корпоративно-авторитарной («пресса олигархов») Сейчас действующих моделей несколько: государственная пресса, корпоративная, свободная от корпораций (в меньшинстве), коммерческая, местная. Каждая из этих моделей по-своему отражает проблемы социальной сферы.

В 90-е годы освещение проблем человека и его связей в социуме, или, говоря привычнее, социальная проблематика переживала упадок. Политизация медиа, раздел собственности вытеснили социальные отношения на периферию общественного внимания. Ведущие СМИ, выстраивая свои коммуникативные стратегии, делали ставку на политическое влияние: «будничным драмам» обычного человека в них не находилось места. В социальном пространстве прессы преобладали манипулятивные тактики: информационный монолог власти, упрощения и спекуляции, лежавшие в основе сенсационных материалов, обличительный пафос и негативизм, не подкрепленные конструктивным анализом, тотальная некомпетентность, отсутствие героя. Изредка раздавались одинокие голоса, ищущие человека в хаосе глобальных перемен. Однако «пространство человека» оставалось пустынным. Человека вытеснила Идея.

Социальные последствия такого отчуждения оказались весьма драматичными. Отсутствие концептуальности в освещении социальных проблем, в выработке коммуникативных стратегий оставили задачу гражданского воспитания нерешенной. Социальные сюжеты появлялись в прессе, но, по большей части, не приближали решений, не давали надежды, а лишь усиливали деморализованность, апатию, разобщенность и поддерживали ощущение, что страна принципиально не способна отойти от края пропасти. Кризис российского либерализма, активно обсуждаемый сегодня прессой и всем интеллектуальным сообществом, в значительной степени объясняется тем, что социальный вызов не нашел адекватного понимания и ответа.

С середины 90-х годов набирает силу другой процесс. Коммерциализация, бурное развитие массовой прессы, ориентация на большие тиражи и привлечение массовой аудитории приводят к тому, что проблемы человека, неизменно вызывающие интерес аудитории, но вытесненные с поля массовой информации актуальными политическими и экономическими проблемами, превращаются в своеобразную приманку. Конкретные проявления «человеческого интереса» в массовой прессе многочисленны и разнообразны, но крайне односторонни и

примитивны. «Пространство человека» сужается, упрощается и искажается. С одной стороны — скандалы, сенсации, бытовой криминал, частная жизнь, светские сплетни. Частная жизнь привлекает внимание, в ней скрыты серьезные социальные проблемы, но массовые издания, обозначив проблемы и вызвав интерес, не собираются заниматься их обсуждением по существу. Особенно ярко эта тенденция проявила себя на телеэкране с его вакханалией различных «реалити-шоу», «дневном», «вечернем» и «ночном» частном интересе, давно превысившем эпидемический порог. Нормальный Человек снова вытеснен с поля массовой коммуникации — теперь уже Бизнесом. С другой стороны аудиторию атакует разного рода «полезная информация» и ориентация на потребителя — домашнее хозяйство, продажи товаров общего спроса, фитнес, народная медицина, путешествия и т.д. В этом случае шансов Человеку не оставляет Польза.

Все это — журналистская «попса», которая, спору нет, имеет право на свое место на медиарынке. Но не более того. Она обращена к человеку, однако не решает проблем социальности, гражданского воспитания. Ее пища — последствия общей разбалансированности, и никак не пути ее преодоления. Общая стратегия — погружение в мир иллюзий, способы преодолеть лично для себя те или иные проблемы. Плотно и тщательно вытаптывая личное пространство, «попса» не создает на этом месте социального пространства, общности, способной к решению сущностных проблем. Беда не в том, что такая пресса есть и даже успешно развивается, — слишком слабы противовесы.

В острых дискуссиях последнего времени все их участники — и власть, и бизнес-сообщество, и так называемое экспертное сообщество — апеллируют к массе, к обществу в целом. Каждый старается склонить его на свою сторону. Но может ли оно «рассудить», если достаточный социальный капитал не накоплен, развитых форм гражданской активности нет? Истинная социальность — а создавать ее должна по преимуществу пресса — остается важнейшей нерешенной задачей.

Пройдя такой путь, сегодня социальная журналистика находится в довольно противоречивой ситуации, когда сосуществует несколько моделей, но многие проблемы остаются. В общероссийских газетных изданиях, информационно-аналитических еженедельниках, на форумах появилось много новых социальных сюжетов. На фоне интенсивного поиска и освоения современных творческих методов и технологий, принципиальных изменений в графическом дизайне, стилевых решениях и прочего, в условиях продолжающейся дифференциации по типовым моделям социальные проблемы получают различные по значимости и смысловому наполнению, по творческим подходам, по объему и полноте решения.

Наиболее значимой и влиятельной группой на отечественном информационном рынке остаются *общероссийские ежедневные газеты*. Их особая роль подкреплена традицией ежедневного чтения газет, характерной для россиян среднего и старшего возраста. Помимо событийной информации (новостей), они дают оперативные отклики и комментарии, аналитическую и прогностическую информацию, а также становятся ареной для публичных дискуссий. В этой группе примерно в равных пропорциях представлены качественные уни-

версальные общеполитические газеты («Известия», «Труд», «Независимая газета»), массовые издания («Московский комсомолец», «Аргументы и факты», «Комсомольская правда») и издания делового направления («Коммерсант», «Ведомости»). Важнейшая функция этих газет — быть универсальным средством коммуникации, «собирать» общество и выявлять наиболее значительные проблемы для социума в целом. То, как представлены реалии в этих изданиях, более или менее точно отражает общее восприятие. Если что-то не обсуждается или обсуждается неполно — значит, это субъективно важно или неважно, или недостаточно важно в данный момент для общества. Однако заметим: размежевание внутри этой группы, ориентация на определенный сегмент аудитории — массового читателя, делового человека, интеллектуальную элиту — выразилось, особенно в последние годы, в осязаемых различиях по отношению к социальным проблемам и в той или иной мере отражает состояние общества и происходящие в нем коллизии.

Возьмем, к примеру, «Известия». Газета, претендующая на роль лидера, ориентирована на образованного, активного, включенного в политический процесс человека с высоким социальным статусом. Объявила себя качественной газетой, придерживающейся принципа отделения новости от комментария. Жесткая структура основных разделов, обновленный дизайн, следование современным правилам оформления текстовой информации, модные стилевые «фишки». Следуя общей тенденции качественных изданий в России, приоритетной считает политическую и экономическую проблематику, к которой в последнее время прибавились культура, спорт, потребительский рынок — видимо, для полноты удовлетворения информационных потребностей читателя. Социальная проблематика также не обойдена вниманием, но очень заметно, что газета пока не предоставила ей статуса, равного политике и экономике. Главной темой номера социальные новости бывают нечасто, здесь первенство у политики. Направленного мониторинга социальной среды также нет. Исключение составляют тематические полосы «Образование», «Медицина». Их периодичность невысока, но благодаря профессионализму ведущих читателей получает весьма целостное, аналитическое и перспективное представление об этих отраслях, чего не скажешь о других сторонах социального бытия. В новостном разделе социальные темы появляются вслед за событиями и властными решениями. Не очень активен поиск новых социальных тем, и даже рубрики «Социальное измерение», «Благотворительность» перестали появляться. Если выделить в данной проблематике социально-политические, социально-экономические и нравственно-психологические аспекты, то относительно полно отражен только первый. Сравнительно часто социальные сюжеты встречаются в разделах «Деньги» и «Московские новости» (региональная вкладка). Проблемы общества, и это заметно при внимательном чтении, рассматриваются не целостно, с разных сторон и в комплексе, а преимущественно с финансово-экономических или политико-прогностических позиций.

Тексты в основном информационные, унифицированные. Изредка в «Известиях», столь славных своей очерковой школой, появляются полосные очерки и специальные репортажи, в которых человеческое бытие представлено в живой

целостности. Вообще, подобные тексты — редкость в качественных изданиях, что сильно обедняет их в плане эмоциональной адекватности. Отсутствие деталей, судеб, лиц оставляет впечатление дистанции между газетой и реальностью.

Другое влиятельное издание — газета «Коммерсант» — освещению социальных проблем уделяет определенное внимание, несоответствующее, вместе с тем, объективным потребностям самого делового сообщества. Раздел «Общество» по концептуальности, полноте и качеству анализа значительно уступает другим неспециальным (то есть не являющимся собственно деловой информационной) направлениям. Подбор текстов в нем нередко носит случайный характер. Социальная проблематика широкого плана имеет шанс заинтересовать издание в тех случаях, когда речь идет или о крупных политических решениях, или о существенных расходах, или попадает в рубрику «Инциденты». Социальная сфера на страницах уважаемой деловой газеты представлена как затратная, конфликтная, обременительная — едва ли это способствует полномасштабному, соответствующему современным концепциям развитию социальной ответственности бизнеса. Кстати, в разделе «Деловая практика» сообщения о текущей практике реализации социальных программ компаний появляются нерегулярно. Однако — и это следует оценить как несомненный успех в информационной политике «Коммерсанта» — стало выходить специальное приложение «Social Report», выросшее из известного проекта Российского фонда помощи. Приложение концептуально, качественного профессионального исполнения и, что немаловажно, отражает важнейшую сферу актуальной проблематики на уровне современных потребностей общества.

Но этого мало! Естественно, для деловой газеты социальная проблематика не является приоритетной. Не следует упускать из вида и тот факт, что «Коммерсант» — газета универсального типа, к тому же одна из тех, кто формирует качественные стандарты новой российской журналистики. Значит, ей следует заниматься постоянным мониторингом внешней среды бизнеса — ведь, если думать о перспективах его развития, социальная стабильность, дружелюбность, состояние трудовых ресурсов, наконец, очень важны прежде всего для самого бизнеса. Когда речь идет о политике, то здесь, действительно, присутствует качественная информация, серьезно отслеживаются тенденции. Но социальная составляющая такого же интереса, судя по информационной политике, пока не вызывает. Понять это, учитывая реалии, можно, но вряд ли с этим нужно согласиться.

Приведенные здесь замечания и наблюдения — будь то пресса общеполитическая или деловая — отражают общую ситуацию: проблемы общества, значимость социального осознаны и признаны, но складывается впечатление, что это признание на словах, так как эффективных, адекватных потребности инструментальных коммуникативных тактик для отражения проблем общества в творческом арсенале качественной прессы пока явно недостаточно. Она, как ни странно это звучит, еще более пассивна, чем «власть» — излюбленный объект ее критики.

Прямое подтверждение некоторой недооценки социальных проблем «серьезными» изданиями находим в новом и весьма интересном проекте «Известий» —

«Мнения и комментарии», представляющем голоса читателей. Здесь наиболее горячий отклик находят выступления, прямо отражающие социальные реалии или имеющие явный социальный подтекст. Самые интересные выступления колумнистов — по вопросам общества, социального бытия. Публикуемые результаты опросов и социологический комментарий также чаще всего — о социальном. В последнее время обмен мнениями стал особенно интенсивным. Дискуссия о судьбах российского либерализма отчетливо выявляет кризис не столько либеральной идеи, сколько самого либерального сообщества. Эта дискуссия интересна еще и потому, что качественной российской прессе, к которой традиционно направлен общественный интерес, по существу свойственны те же болезни, что и либеральному сообществу в целом. Среди вызовов, на которые придется ответить новому либерализму, первым назван вызов социальный. Прорывающиеся на газетные полосы сигналы буквально подсказывают журналистам интересные, актуальные темы, но те не спешат за них браться.

«Ультралибералам пора понять, что социальная политика — это не только расходы, но и долгосрочный государственный бизнес. Социальные, медицинские, образовательные программы — это инвестиции в человеческий капитал, в будущее страны. В иных странах ценностями свободы может жить лишь малочисленная благополучная часть общества, но и она оказывается заинтересованной в укреплении полицейских заслонов между элитой и неудовлетворенным народом», — публикуя такие тексты, обращая их к аудитории, многие наши влиятельные издания должны были бы и сами их внимательно читать.

Совсем иной информационный ландшафт можно наблюдать в так называемых массовых изданиях. Как правило, они не удостоверяются положительных оценок в научных исследованиях. Не стал исключением и уже упоминавшийся фундаментальный труд. Действительно, популярные издания с большими тиражами ориентированы на массового, усредненного читателя, их эстетика нередко строится на упрощениях, редуцировании сложных проблем, повышенном внимании к скандалам, перенасыщенности практическими советами, развлекательной информацией невысокого качества. Картина жизни в них фрагментарна и неупорядочена, бесконфликтна. Считается, что это мир обывателя, а не интеллектуала. А тираж большой по причине примитивного изложения. А что, если посмотреть, например, на «Московский комсомолец», отказавшись от стереотипов?

Первое, что буквально бросается в глаза, — богатство жизненных проявлений, незнакомое качественным изданиям. Репортеры газеты оперативно откликаются на все более или менее значительное, что происходит в обычной повседневной жизни. Первополосные тексты — это почти всегда динамика социальной жизни. Тщательно отслеживаются все решения властей, важные для большинства. В «МК» огромное число рубрик и разделов по всем социальным направлениям, для самых различных возрастных, профессиональных и прочих специальных групп читателей. Сохраняют свое место разнообразные жанры и творческие формы — и очерк, и репортаж, и расследование, и интервью, и классическая корреспонденция, при этом значительная часть текстов в своей основе имеет живую, реальную ситуацию. Это позволяет почувствовать естественный ход со-

бытий, узнать конкретные проблемы конкретных людей. Ситуативный подход интересен еще и тем, что реальная ситуация дает возможность видеть многие проблемы комплексно, разобрать типичные ситуации, просчитать алгоритмы их решений, распространить информацию о позитивном опыте. Наконец, в этих материалах действуют живые люди, а не процессы и тенденции. Эмоциональное взаимодействие газеты с аудиторией, читателей друг с другом через воссоздание фрагментов реальной жизни очень важно для поддержания социальной стабильности. Масса разнообразных ситуаций рождает не фрагментарность, а, наоборот, создает впечатление естественной полноты жизни.

В то же время, стремясь к яркости, броскости, стараясь завладеть вниманием как можно большего числа читателей, газета постоянно балансирует на грани, отделяющей живое и естественное от скандала, сенсации, «наживки». Заголовки-провокации, субъективизм в оценках, непроверенные факты, преобладание «картинки» над смыслом, «фирменный стиль» и многое другое существенно снижают значимость и эффективность того, что хорошо ощущает «МК», — необходимость быть ближе к реальной жизни своей аудитории, видеть в частных проявлениях, в обыденности и повседневности ее социальный смысл.

В итоге, если сравнивать качественные и массовые издания с позиций отражения в них социальных проблем, то приходится признать, что ни одна, ни другая группа не является достаточно эффективной. Налицо свободная ниша. Качественная пресса, осознавая «тренды» и «вызовы», не выработала достаточных средств, соответствующих форматам изданий, чтобы обеспечивать полноту и выразительность картины социального бытия. Массовая — более динамична и полнокровна в области поиска и предъявления реалий, но, опять же в соответствии с форматом, не может этим распорядиться и не дает качественного анализа. Выходит, ни гражданское без социального, ни социальное без гражданского на вызовы ответить не могут.

## Что ответит пресса?

На повестке дня — «национальные проекты», актуализирующие профессиональные проблемы журналистов. Сможет ли пресса быть эффективной, удастся ли ей осуществить качественную общественную экспертизу? По существу, это и есть вопрос о социальной журналистике гражданского общества.

Одна из тенденций развития российского медиарынка последних лет — активное развитие региональной прессы. На наших необъятных просторах давно уже развиваются самостоятельные политические, экономические, социальные процессы. Ожидается запуск муниципальной реформы. В упоминавшейся дискуссии о судьбах российского либерализма муниципальный уровень назван «последней политической надеждой», так как именно здесь есть шанс восстановить доверие нормального человека к демократии, если активно бороться за его нужды. Новую политическую систему, новое общество придется строить с самого нижнего этажа. Нужна школа гражданской свободы — разветвленная сеть

гражданских институтов, общая привычка контролировать государство и его расходы, умение заставить власти, в том числе и местные, тратить деньги на развитие территорий, на обустройство обыденной жизни. Первостепенная роль региональных СМИ здесь очевидна.

Региональные модели прессы в России только складываются, здесь развиваются как общие закономерности, так и свои собственные — не менее противоречивые и сложные. Размежевание по линии «качественная — массовая» заметно и в регионах, но на местах эти различия не представляются совершенно непреодолимыми. Здесь возможна «примиряющая» модель, где реальная жизнь станет главной темой и основным средством, заполнив ту самую свободную нишу.

Сегодня все говорят о социальном, об инвестициях в человека, о развитии человеческого потенциала, о «новом курсе» президента. Хочется верить, что такой всплеск хотя бы отчасти вызван объективной остротой потребности, а не только дуновением политического ветра. Всеобщее внимание вызывает смешанные чувства у тех, кто в «социалке» давно: с одной стороны — сами хотели, убеждали, призывали; с другой — опасение, что все выстраданное утопят в потоках слов.

Проект «Социальная журналистика гражданского общества», задуманный «до» и политической конъюнктуре неподверженный, значителен и весом. Осуществлена успешная попытка распространить опыт совместной работы столичного вуза и журналистов-практиков в области подготовки молодых журналистов. Свою главную задачу мы видели в том, чтобы не только привлечь внимание к социальным проблемам, но и открыть молодым высокий гражданский статус и настоящий смысл социальной журналистики.

## Поле для профессионалов или поляна для дилетантов?

---

Иосиф Дзялошинский,

*Независимый институт коммуникативистики*

Обычно понятие «социальная журналистика» используют для обозначения той ветви журналистской деятельности, предметом которой являются так называемые социальные проблемы: положение в обществе различных — в основном социально уязвимых — социальных групп (пенсионеров, сирот, многодетных семей, переселенцев и др.), соблюдение прав человека, экономическое благосостояние граждан, здравоохранение, образование и т.д.

Чувствуя неудовлетворенность таким «чисто предметным» определением социальной журналистики, некоторые теоретики и практики указывают на то, что социальная журналистика отличается от всех других «журналистик» тем, что не просто отображает действительность, информируя аудиторию о происходящих событиях и давая возможность обменяться мнениями по различным поводам, но и особым образом участвует 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. Другими словами, социальная журналистика обладает функциональной спецификой, поскольку ориентируется не на информирование и выражение общественного мнения, а на непосредственное вмешательство в реальную жизнь. Таким образом, в первом приближении можно констатировать, что у социальной журналистики есть существенные предметные, функциональные и профессионально-технологические особенности, которые нуждаются в специальном исследовании.

Нынешний этап развития общества в целом и профессиональной журналистской сферы в частности дает достаточное количество материала для обсуждения проблем социальной журналистики. Тем более что по этому поводу были организованы различные дискуссии, опубликованы интересные работы, во многих вузах читаются спецкурсы «Социальная журналистика», появляются соответствующие методические пособия. И можно уже на новом витке вновь обратиться к осмыслению процессов, происходящих в этом сегменте российского медийного поля.

Не вдаваясь в обсуждение множества проблем, связанных с социальной журналистикой, я бы выделил в качестве важнейшей формирование журналистского профессионализма, индикаторами которого являются глубокое понимание освещаемой проблематики, обладание внятыми смысловыми ориентирами и, разумеется, владение современными выразительными средствами. Анализ публикаций и программ, посвященных социальной проблематике, показывает, что многие журналисты по-прежнему отождествляют понятия «социальная

сфера», «социальная политика» и «социальная защита». Авторы большинства известных мне публикаций и телепрограмм, посвященных социальным проблемам, заикливаются на описании социальных язв, покрывающих тело общества, и артикуляции эмоционального негодования, которое они испытывают, глядя на эти язвы. Другие авторы заняты поиском средств защиты социально ущемленных групп населения и поддержкой разнообразных гражданских инициатив по защите интересов этих групп. Такой ограниченный взгляд на социальную политику как систему мер помощи социально слабым группам сложился еще в Советском Союзе. Доминирует такой подход и в современной России. О российских социальных проблемах можно писать бесконечно, и благодарное внимание публики будет обеспечено.

Однако социальная проблематика может и должна быть расширена за счет анализа современных тенденций в социальной сфере. Исследователи отмечают, что в процессе постиндустриальной трансформации общества, начавшейся в последней трети истекшего столетия, функции социальной сферы, равно как и масштабы, уровень ее развития претерпевают коренные изменения.

Прежде всего речь идет об изменении роли человеческого фактора как субъекта и движущей силы социально-экономического прогресса. В процессе развития экономики формируется новый тип работника, вооруженного знанием. Все большая часть самостоятельного населения превращается из продавцов элементарной рабочей силы в носителей и владельцев капитала, воплощенного в их знаниях и квалификации.

С другой стороны, современный научно-технический прогресс порождает новые формы отчуждения работника, фрагментации его труда, противоречия между «информационной аристократией» и массой работников, занятых техническим обслуживанием информационных процессов, а также потребителей услуг.<sup>1</sup>

Важной проблемой, которую журналисты, специализирующиеся в социальной проблематике, предпочитают не трогать, является сохранение и даже развитие в общественном сознании таких представлений, как:

- уверенность в том, что социальные проблемы обязано решать государство;
- привычка к социальной уравниловке;
- сильно развитое чувство социальной справедливости, понимаемой как равенство в быту и уровне жизни, а также огромный потенциал «черной зависти» к более богатому и удачливому ближнему;
- подмена естественных форм самоорганизации людей псевдоколлективизмом и др.

Проведенное М. Урновым исследование показало, что сегодня общественное мнение отчетливо склоняется к авторитарным технологиям организации общественной жизни. Такую позицию разделяют 60-75% опрошенных.<sup>2</sup>

Другой автор, О. Шкартан, указывает на весьма тревожную тенденцию – привыкание значительной части наших соотечественников к бедности, вклю-

<sup>1</sup> Медведев В. *Современные тенденции в социальной сфере и российские реалии*. [http://www.gorby.ru/tubrs.asp?art\\_id=23991&tubr\\_id=451&page=1](http://www.gorby.ru/tubrs.asp?art_id=23991&tubr_id=451&page=1)

<sup>2</sup> Урнов М. *Синдром радикального авторитаризма в российском массовом сознании. Результаты социологического исследования 2004 года*. - Politcom.ru, 19.01.2004.

чение их в культуру бедности. Чувство безнадежности, апатии, суженное восприятие потребности – типичные качества социального дна. Проблема не в ухудшении условий жизни. Спады в благосостоянии не раз имели место в истории. Дело даже не в наличии социального «дна», а в его статистической представительности и влиянии на основные трудовые слои. Широко распространенные явления социальной эксклюзии оказывают крайне негативное воздействие на сплоченность общества и социальный порядок. Сама возможность развития общества с растущим слоем социально исключенных весьма сомнительна.

По мнению О. Шкаратана, для России особенно опасна концентрация приоритетов социальной политики лишь на защите социальных прав «исключенных из общества», поскольку это грозит разрушительными последствиями и без того еще неокрепшим средним слоям, следствием чего явится размывание базы последующего экономического и социального развития страны. Россия постреформенная оказалась перед лицом чрезвычайно сложной проблемы. Защищать нужно и маломощных, и в не меньшей степени тех, кто относится к средним слоям (профессионалов, предпринимателей и пр.). Эти средние слои тоже ущемлены в своих социально-экономических правах. Не случайно, что их доля и численность не соответствуют аналогичным показателям в развитых странах мира. Задачи социальной политики, притязавшей быть подлинно национальной, – обеспечить основания для полной и достойной реализации основных социальных прав и возможностей средних слоев современной России; содействовать росту человеческого потенциала основных продуктивных слоев общества.<sup>3</sup>

В исследовании Е. Гонтмахера указывается, что устойчивое развитие экономики и общества, формирование сильного и эффективного государства возможны лишь на основе широкой поддержки целей и действий власти, социальной консолидации. Стратегическую цель новой социальной политики можно сформулировать следующим образом: «К устойчивому социальному развитию – через взаимную ответственность государства и человека». Ее достижение требует, чтобы в основу социальной политики были положены следующие новые принципы:

- взаимная солидарная ответственность всех субъектов этой политики (государство, неправительственные объединения, предприниматели, граждане) за результаты социального развития;
- добровольность и многообразные формы участия людей в формировании и проведении социальной политики;
- ее открытость и подконтрольность обществу, человеку;
- межнациональная, межконфессиональная, межгрупповая и межличностная терпимость;
- защита трудоспособного населения от социальных рисков преимущественно на страховых принципах;

---

<sup>3</sup> Шкаратан О. Декларируемая и реальная социальная политика. [http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol01\\_2/shkaratan.htm](http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol01_2/shkaratan.htm).

- гарантированное закрепление ранее приобретенных социальных прав за людьми, которые фактически пользуются этими правами, во многом определяющими их материальное положение;
- развитие системы социального обеспечения нетрудоспособных граждан путем поддержки соответствующих инфраструктур (как государственных, так и негосударственных);
- стимулирование активного участия людей в формировании собственного благосостояния и в общественной жизни через создание соответствующих правовых, финансово-экономических и организационных условий.<sup>4</sup>

К сожалению, многие из перечисленных сюжетов выпадают из поля зрения журналистов, специализирующихся на социальной тематике. Это означает, что, выполняя свою роль защитников слабых и обездоленных, журналисты, специализирующиеся на социальной тематике, недостаточно, а иногда и откровенно плохо реализуют другие свои роли: аналитика, консультанта, переговорщика, просветителя и др. Между тем, полученные в ходе различных исследований материалы дают основание для формулирования вывода о том, что комплекс представлений о задачах СМИ постепенно меняется

#### Представления о задачах СМИ (в процентах к опрошенным)<sup>5</sup>

<i>Задачи</i>	<i>Население</i>	<i>Журналисты</i>	<i>Представители власти</i>
<i>Давать практическую информацию, справки, советы и т.д.</i>	69.2	62.1	67.6
<i>Оказывать людям помощь в конкретных жизненных ситуациях</i>	60.7	46.3	60.2
<i>Информировать о происходящих событиях, рассказывать о жизни горожан</i>	58.3	81.1	67.0
<i>Излагать позицию руководства населенного пункта</i>	54.1	51.4	47.7
<i>Предоставлять возможность высказаться представителям различных точек зрения, отражать разнообразие мнений, настроений</i>	52.8	69.3	59.7
<i>Анализировать происходящие события, искать пути решения проблем</i>	52.4	79.6	42.6
<i>Контролировать действия хозяйственных и политических структур</i>	51.0	49.5	33.5
<i>Содействовать взаимопониманию людей, разрешать споры</i>	40.2	37.9	69.9
<i>Давать возможность весело и приятно провести время</i>	36.4	33.7	48.3
<i>Организовывать людей для достижения общих целей</i>	35.1	21.1	34.1
<i>Формировать у людей определенные политические взгляды, побуждать к активным общественным действиям</i>	31.8	29.5	26.7
<i>Критиковать действия властей, отдельных людей и групп населения</i>	30.6	18.9	12.5

<sup>4</sup> Гонтмахер Е. Социальная политика в России: эволюция 90-х и новый старт. <http://yandex.ru/yandsearch?text=Pro+et+contra>.

<sup>5</sup> Опрос проводился Независимым институтом коммуникативистики в 2004 году.

Анализируя данные, приведенные в таблице, следует иметь в виду, что на сегодняшний день в рамках российской профессиональной журналистской культуры сосуществуют несколько альтернативных парадигм профессиональной деятельности, отличающихся друг от друга всеми компонентами, включая и нравственно-этический. Все они располагаются в своеобразном «пространстве», образуемом тремя векторами, в качестве которых выступают некие фундаментальные социально-профессиональные установки, определяющие общий характер отношения журналиста к аудитории.

Первая из таких установок ставит журналиста над аудиторией, определяя его право рассматривать своих читателей как объект управления (воспитания, формирования), а себя – как носителя или транслятора управленческих программ разного типа и уровня. Если попытаться одним словом охватить конечный смысл деятельности журналиста, исповедующего этот подход, то этим словом будет «воздействие». Подобного рода журналистская практика получила достаточно фундаментальное обоснование в работах многих теоретиков и исследователей, создавших комплекс стройных и по-своему совершенных концепций управляющего воздействия, опирающихся на представление об активной роли средств массовой информации, выступающих в качестве субъекта пропаганды, и пассивной (несмотря на многочисленные оговорки) роли аудитории, рассматривавшейся в качестве объекта идеологического, пропагандистского воздействия.

Вторая установка размещает журналиста рядом с аудиторией и ориентирует его на отношения информирования. В этом случае журналист считает своей основной профессиональной обязанностью поставлять аудитории разнообразные интересующие ее сведения, данные, материалы, оказывать помощь в выражении мнений.

Обе эти установки, несмотря на существенные различия между ними, приводят к отчуждению аудитории от СМИ.

Третья фундаментальная установка требует от журналиста находиться внутри определенного человеческого сообщества, рассматривать себя как заинтересованного участника совместного с аудиторией поиска решений сложных жизненных проблем. Главная идея такой журналистики заключается в том, что журналистам следует рассматривать читателей, зрителей, слушателей не как фон или пассивных наблюдателей, не как жертв различных обстоятельств, а как участников решения важных вопросов. Эта журналистика самоопределяется в таких терминах, как «гражданская», «коммунитарная», «гуманитарная» журналистика, журналистика соучастия и т.п.

Основной функцией/ролью так понимаемой журналистики становится «модератор диалога». Это означает, что журналистика может и должна создавать среду для равноправного диалога между различными социальными группами – сколь ни велики они и ни отличны по идеям, целям и организации, – в ходе которого могут разрешаться социальные противоречия и конфликты. Журналистика может и должна объединять в едином информационном пространстве противоречивые мнения и установки, которые, став достоянием общественности, именно на этом пространстве могут найти пути сближения или, во всяком

случае, аргументы для доказательства собственной состоятельности. Эта функция особенно необходима в обществе, раздираемом конфликтами и расколотом на лагерь, обществе, не способном найти примирение на площадях и трибунах. Это та функция, которая способна перевести конфликт, разрушающий единство, в конфликт, выявляющий проблему и, тем самым, приблизить его разрешение не на уровне уличной потасовки, но на позициях разумного и прагматического публичного диалога.<sup>6</sup>

В заключение хотел бы отметить, что проведенное Независимым институтом коммуникативистики в 2004 году исследование показало, что в региональных газетах материалы, посвященные социальным проблемам, составляют около 25% от общего количества публикаций и уверенно держат первое место. В рамках данного тематического блока газеты освещают проблемы занятости, социального обеспечения, здравоохранения, уровня жизни людей и т.д.<sup>7</sup>

Так что возможности для профессиональной самореализации у журналистов, специализирующихся на социальной проблематике, есть. Другое дело, как они ими воспользуются.

---

<sup>6</sup> Американский опыт функционирования гражданской журналистики изложен в книге: Эдвард Д. Миллер. Шарлотт-теский проект. Как помочь гражданам взять демократию в свои руки. — М., 1998. Российский опыт проанализирован в книгах: Роль прессы в формировании в России гражданского общества. — М., 1999; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. День сегодняшний. — М., 2000.

<sup>7</sup> Подробно технология диалога в СМИ изложена в следующих работах: Реснинская Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. — М., 2001; Груша А. Формы и методы организации взаимодействия субъектов политики. Пресса и политический диалог. — М., 2001; Прохоров Е. Режим диалога для демократической журналистики открытого общества. — М., 2002.

# Журналистика о человеке и для человека

---

Анна Севортьян,

АСИ-Москва, Центр развития демократии и прав человека

*Вопрос, нужно ли выделять социальную журналистику как отдельное направление, априори вынесен за рамки этой статьи, да и всего сборника в целом. С того момента, как некое число работающих в СМИ стали называть себя именно «социальными журналистами», появился и повод рассуждать об этом явлении. А поскольку журналистика остается глубоко связанной с персональным фактором, наш разговор — о личности, причем не только «социального автора», но и «читателя».*

## Журналистика или пустырь?

Средства массовой информации и слово «общество» в последнее время с трудом уживаются друг с другом — что в прямом, что в переносном смысле.

*— Что значит отдел «Общество»? У нас вся газета — это отдел «Общество», — возмущался в 2003 году заместитель главного редактора газеты «Русский курьер» Бесик Уригашвили в интервью «Эху Москвы». — Социальная жизнь у нас представлена в газете, а вот отдельно «Общество»... Я считаю, что в ежедневной информационной газете такому отделу не место.*

Особенно символично в свете этих слов то, что 31 марта 2005 года выпуск газеты «Русский курьер» был приостановлен. И это отнюдь не первый отдел «Общество» в газете, который временно или навсегда исчез со страниц центральной прессы в этом году (модное в какой-то момент слияние «Культуры» и «Общества» даже не стоит брать в расчет). Каковы бы ни были причины (отсутствие кадров, реформы в редакции, соображения издателя, сокращение «издержек» и пр.), казалось бы, на этом фоне все рассуждения о социальной журналистике выглядят нелепо.

Однако все же преждевременно перестраиваться на новый лад («журналистика по природе своей социальна»), пока в профессии остаются журналисты того же «Русского курьера» — Борис Жуков, Зоя Светова, Георгий Целмс — и других, существующих еще изданий социального профиля («Новая газета», отчасти «Известия» и пр.). Возможно, в сложившейся ситуации у сторонников развития и разработки концепции социальной журналистики, наоборот, появился новый веский аргумент.

Гораздо проще утверждать ценности, которые вкладываются в «уста» социальной журналистики, опираясь на более-менее оформленное понятие. То есть пробивать дорогу социальной теме, отвоевывать право на газетное простран-

ство, отстаивать интересы своего читателя не просто в личном качестве, а вместе с единомышленниками, с коллегами, которые дорожат социальным измерением в материалах СМИ.

*— Что отличает социальную журналистику от традиционной журналистики? Традиционная журналистика считает, что ее дело — давать гражданам информацию и мнения, — поясняет Иосиф Дзюлошинский, председатель Совета директоров Независимого института коммуникативистики.<sup>1</sup> — Что с этой информацией и этими мнениями делать — дело самих граждан. Сторонники социальной журналистики полагают, что журналисты обязаны предоставлять людям информацию, которая им необходима для принятия решений в обществе самоуправления, и способствовать тому, чтобы читатели, зрители, слушатели становились активными участниками общественной жизни.*

Нередко подобное популярное и емкое объяснение все же требует дополнительной информации. Если мы оглянемся на традиции западной журналистики, к которым довольно часто сейчас обращаемся в поисках обогащения собственной, то найдем там civic journalism и public television (гражданскую журналистику и общественное телевидение).

Эксперименты с последним в России печальны — кто-то из коллег даже сравнивает шансы на появление общественного ТВ в России с шансами на свободу слова в Туркменистане. В подтверждение этого совсем недавно совершилась примечательная смена названия канала — «ОРТ» (где слово «общественный» носило исключительно номинативный характер) на «Первый». Вовсе не в наших целях сейчас анализировать причины произошедшего — можно считать это «телеверсией» закрытия газетных отделов «Общество».

Нам лишь хотелось бы отметить тенденцию и напомнить участникам современного российского медиарынка (причем, творческим работникам-журналистам в меньшей степени) об образе «обширного пустыря». Этими словами Ньютон Миноу, член команды президента США Джона Ф. Кеннеди, описал телевизионную индустрию своей страны по итогам инспекции, выявившей, что телевидение очень мало делает в качестве «массового образовательного средства».<sup>2</sup> Позвольте мне выразить это собственными словами: сфера массовой информации была недостаточно социально-информативной, недостаточно близкой к человеку.

Образ «обширного пустыря» красноречив, и соблазн применить его к современной российской журналистике велик. Однако было бы неправомерно так огульно обобщить и записать в «пустырь» все те пусть небольшие положительные тенденции, которые в современной журналистике тоже есть. В том числе и стремление — чаще всего отдельных редакторов, журналистов, отделов — снова «поселить человека» на страницах периодической печати и в

<sup>1</sup> Цит. по Иосиф Дзюлошинский, *Пресса третьего сектора или социальная журналистика? — Право знать: история, теория, практика* (№7-8 июль-август 2004 г.), [http://www.ksdi.ru/right/2004\\_91\\_92\(7-8\)/dzjylochinskii.htm](http://www.ksdi.ru/right/2004_91_92(7-8)/dzjylochinskii.htm).

<sup>2</sup> Ламбет Э.Б. *Приверженность журналистскому долгу*. — М.: НИП, 1999.

телерадиоэфире, показать сегодняшний день через призму проблем и свершений в отдельной жизни, интересно, правдиво и этично отраженной в журналистском материале.

### **Функции социальной журналистики:<sup>3</sup>**

- помочь одному человеку в конкретной ситуации, рассказать о прецеденте разрешения проблемной ситуации и стремиться к выработке алгоритма решения той или иной проблемы;
- открывать новые темы и проблемы для обсуждения, отслеживать изменения;
- давать им оценку, осваивать новые жизненные реалии, помогать жить в меняющемся мире и ориентироваться в нем, стимулировать творческую жизненную активность и в особенности индивидуальную инициативу;
- создавать возможность для выражения новых взглядов и оценок в рамках традиционных ситуаций, не допускать замалчивания или невнимания к трудным ситуациям, объяснять суть перемен;
- давать полную информацию о состоянии социальной сферы, вырабатывать общую позицию по назревшим проблемам, подвергать общественной экспертизе все законопроекты и решения с точки зрения их социальных последствий, реально участвовать в формировании и осуществлении социальной политики;
- поддерживать равновесие интересов, представляя и обосновывая позиции различных социальных групп, снимать социальную напряженность и предотвращать потрясения; стремиться к разговору на равных между разными группами;
- помнить о нравственной оценке событий, поступков, высказываний, морально поддерживать людей и помогать преодолевать чувство одиночества и безысходности, рассказывать об опыте других людей, напоминать, что всегда есть возможность помочь другому, всегда ставить идеи гуманизма и добра выше ситуативных интересов отдельных групп;
- помочь человеку в выборе собственного жизненного проекта.

## **Человек, рассказывающий истории**

«Писать общество», без сомнения, сложно, так что если начать составлять список социальных журналистов «по жизни», он окажется не слишком длинным. Большинство имен в нем неизвестно широкой публике, потому что многие из этих журналистов работают фрилансерами или в небольших печатных и

<sup>3</sup> Автор классификации — Татьяна Фрилова.

интернет-изданиях, телерадиокомпаниях. Зато делают очень хорошие материалы, абсолютно социальные — то есть, о человеке и для человека.

Между прочим, часть журналистов вовсе не считают себя работающими именно в журналистике социальной. Им комфортнее говорить о журналистике в целом, или журналистике политической, или просто «нормальной». Тем не менее, у другой части самоидентификация «социального журналиста» уже вполне проявлена. Из тех, чьи имена на слуху, Валерий Панюшкин, специальный корреспондент ИД «Коммерсантъ», печатающийся в ряде центральных изданий, пожалуй, один из самых ярких примеров.

Приведем небольшую цитату из его интервью, данного в 2004 году интернет-журналу «@кция»:

*— Когда ты занимаешься социальной журналистикой, тебе ни с кем не надо дружить. Не надо поддерживать хорошие отношения с губернатором, с вице-спикером. Вот главное ощущение. Прекрасное такое. К тому же все истории, которые я рассказываю, сами по себе довольно драматичны: умер кто-то, ранен был. Если мне говорят, что на рынок выводят новый бренд — это куда менее драматичное событие или куда менее смешное, чем истории из области социальной журналистики. Если беспризорным детям нечего есть, меня это волнует. А то, что на рынок выводят новый бренд, волнует меня не очень. Но то, что меня на самом деле занимает больше всего, — конечно, рассказывание историй.*

Последнее замечание — очень важное, так как, возможно, подводит под социальную журналистику жанрово-методическое обоснование.

«Рассказывание» полноценных историй в политической или экономической журналистике далеко не всегда совместимо с жанром, не всегда целесообразно. Здесь, скорее, нужно максимальное насыщение текста достоверными данными, действием, позициями, комментариями. Кроме того, характер подобной журналистской работы предельно оперативен: если вы, получив сегодня информацию о новом кандидате в президенты или стремительном росте курса рубля, собираетесь сообщать об этом завтра, вас кто-то обязательно опередит, чем обесценит ваши усилия...

«Раскапывание» и развертывание историй — какого бы объема они ни были — дело более вдумчивое и менее оперативное. И на необходимость заново овладеть этими навыками сейчас обращают внимание в очень многих школах журналистики. Например, с этого начинается профильная практика в американском университете или газете.

*— Люди требуют, чтобы им рассказывали истории. Посмотрите, как внимательно они слушают рассказы друг друга, подлинные и воображаемые, — говорит Дэвид Конелли, управляющий редактор газеты «Citizen» (Обертон, штат Нью-Йорк). — Возможно, в этом проявляется инстинкт выживания, главный способ, которым мы передаем опыт и собираем его, чтобы вернуться к нему позже. В нашем стремлении к большему «профессионализму», очевид-*

ному в последние несколько десятилетий, мы, возможно, забыли, что отличает газеты от телефонных книг и других информационных источников. Не исключено, что мы потеряли дорогу, когда стали употреблять слово «история» для всего, что пишем. Дело в том, что люди хотят таких историй, чтобы что-то узнать и чему-то научиться.

«Использовать возможности повествования» призывает авторов-журналистов и Рой Питер Кларк (Институт Пойнтера) в своих «50 приемах письма», цикле, недавно переведенном на русский: «Читатели читают по двум причинам: получение информации и приобретение опыта. Репортажи несут информацию. Рассказы создают опыт. Репортажи передают знания. Рассказы переносят читателя, преодолевая границы времени, пространства и воображения. Репортаж указывает нам на что-то. Рассказ переносит нас туда».<sup>4</sup>

Переместимся ближе к российским реалиям. На факультете журналистики любого российского университета и в редакции любой газеты звучит все та же «тоска по историям». Только в вузе будут говорить о вымирании очерка и иных жанров, о заимствованиях из интернет-источников как способе «собирать материал», о снижении качества работы над материалом, а в редакции — о том, что нужны свежие темы и сюжеты, убедительные тексты, «лица и голоса».

*— Проблема в том, что из современной журналистики исчезает человек. Мы пытаемся просто за счет этой рубрики и за счет интервью вернуть человека в газету. — Вновь слово 2-ну Уригашвили. — Поэтому рубрика «День за днем», которую ведет Женя Рубцова, себя в «Курьере» оправдала. Там просто рассказы о человеке — неважно, известный он или неизвестный. Важно, что у человека есть интересные повороты в судьбе...*

Не утверждая монополии на приемы журналистского творчества, скажем лишь, что все это: истории, голоса, интервью, возможность «перенестись на место событий» — органично присуще инструментарию социальной журналистики. При этом раскрытие живой природы материала через «историю» подразумевает вовсе не «литературшину», а информационно насыщенный текст, конечно, достаточно творчески подготовленный.

## Человек, внимающий историям

Востребовано ли это «социальным читателем»? Увы, «научной поддержки» в виде исследований аудитории по данному вопросу в России пока нет. Изучение же несистематических косвенных источников (форумов на сайтах, блогов, стенограмм, писем в редакцию) показывает, что аудитория достаточно активно обсуждает социальные сюжеты, почерпнутые, к примеру, из программ Владимира Познера и ряда авторов традиционных газет и Интернета.

<sup>4</sup> <http://www.poynter.ru/content/writingtools>

Примечательно, что по сравнению с полемикой по итогам политических или экономических материалов (в большинстве случаев вырulingающих на ситуацию в стране, политике, отрасли и т.п.), это всегда личностная и ценностная, а значит многосторонняя, острая дискуссия. Собственно, инициировать ее — это один из важных элементов социальной журналистики как практики, привносящей в жизненное пространство отдельного человека не только информацию, но и идеи, ценности, побуждение к действию.

Неудивительно, что при таких характерных чертах произведения социальной журналистики обречены на «штучное производство». Кроме того, чтобы качественно работать в этой нише, требуется еще и немалое профессиональное мастерство, такт и стиль. Так как истории строятся на жизненной фактуре, порой на сокровенных фактах, мыслях и — часто — на доверии, автору нужно суметь передать суть и колорит ситуации, не превращая текст в чрезмерно проничный или сухой, смешной или пафосный.

Кроме того, журналистское произведение — каким бы эмоционально тяжелым ни был исходный материал — не должно подвергать аудиторию в состоянии безысходности, тяжелого эмоционального шока. Подчас это феноменально трудная задача.

Вспоминается документальный фильм «Дети Беслана», созданный Би-би-си спустя год после трагических событий в Осетии и показанный НТВ. Повествование почти целиком построено на историях очевидцев — детей и мам, переживших три дня осады в бесланской школе № 1. В нем нет всех тех чудовищных кадров, которые мы видели в прямом эфире, а есть монологи, рассказы людей, переживших это горе, есть лица и судьбы. И именно через человеческое измерение журналисты позволяют аудитории по-другому взглянуть на эту трагедию, показать медленное возрождение жизни и в то же время снова соединить всех в неизбывной боли Беслана.

Эта лента, несомненно, пример социальной журналистики. И, безусловно, поэтому она вызвала бурю эмоций — самых разных. Обсуждать фильм Би-би-си мне довелось не только с коллегами из России и Великобритании, но и с совершенно не знакомыми людьми — попутчиками, случайными собеседниками. То, как большинство из них реагировало на эту информационную работу, не могло не натолкнуть на мысль о том, насколько душевный отклик, следующие за сильным социальным материалом размышления аудитории увеличивают его ценность. И насколько подобный эффект (конечно, его удастся добиться достаточно редко) превосходит по своему значению обыкновенную информационную «стоимость материала».

Без сомнения, это не первый фильм и не первый материал, вызвавший такой резонанс. Би-би-си проводила расследование «Секретный полицейский», разоблачившее расистские настроения в полицейских участках, или рассказывала об умершем под Рождество офицанте-эмигранте, жившем в котельной под рестораном, где он работал. Немало было и сопоставимых по яркости идеи и ее воплощения материалов в российской прессе. Все это убе-

дительно доказывает, что обращение к частным моментам человеческой жизни, при своей кажущейся «локальности», может иметь универсальную ценность.

Социальная журналистика конкретна, ее сюжеты — неповторимые, живые, непридуманнные и потому общепонятные истории. Они раскрывают те глубокие смыслы, что укрыты в повседневности. Талантливых, хороших социальных материалов в принципе мало, хотя нам искренне хотелось бы, чтобы у социальных журналистов в России их было больше — несмотря на любые тенденции.

Почему? На этот вопрос лучше всего ответил в своем последнем интервью в 1993-м году легендарный редактор «Известий» Алексей Аджубей: «Если в журналистике исчезает доброта, то бал в ней начинают править проходимцы».

# Гражданская журналистика: характерные черты и методы

---

Ольга Чернега,

*Алтайская академия экономики и права*

Задумывается ли автор о концепции, характерных особенностях типологии, к которой может быть отнесен его текст? Конечно, нет. Это дело теоретиков, обосновывающих, определяющих «характерные черты» и «функциональные особенности». Автор творит, следуя лишь своим мировоззренческим установкам, своему пониманию долга, предназначения журналистского текста.

Тем значительней кажутся неожиданные сближения, когда, знакомясь с «заморской теорией», понимаешь, насколько близки основные творческие позиции и теоретические основы российской «социальной журналистики» и «гражданской журналистики» (civic journalism – термин, принятый в теории и практике средств массовой информации США).

С 1993 года существует некоммерческая организация Pew Center for Civic Journalism, деятельность которой направлена на выявление специфики гражданской журналистики, поддержку проектов в этой сфере, присуждение ежегодных премий (Batten Awards for Excellence in Civic Journalism), проведение семинаров и тренингов, выпуск и распространение учебной и методической литературы и др.

В чем же состоит феномен гражданской журналистики и каковы характерные методы деятельности гражданского журналиста по поиску и организации информации?

Жан Шаффер (Jan Shaffer), исполнительный директор Pew Center for Civic Journalism, считает, что гражданская журналистика – это возврат к исполнению главной миссии журналистики – способствовать улучшению жизни сообщества, предоставляя людям информацию, необходимую им как гражданам. Основной причиной возникновения и развития гражданской журналистики он называет низкий уровень современной журналистики, «обслуживающей элиты, а не простых граждан, и мотивированной коммерческими интересами». Такое состояние журналистики чревато созданием общества «зрителей, наблюдающих ежедневное шоу» вместо нации граждан, соучаствующих в решении проблем, как это должно быть в самоуправляемом обществе.

Гражданские журналисты стремятся к тому, чтобы:

- сдерживать функцию медиа в качестве «следящей собаки»;
- прекратить функцию медиа в качестве «атакующей собаки», зачастую только создающей информационный шум в шумной обстановке;

- добавить медиа обязанности «собаки-поводыря», помогающей людям понять, как по-граждански ответственно они должны вести себя в демократическом обществе.

Основным фактором, который может сказаться на уровне и роли журналистики, является изменение концепции «новости». Методика деятельности гражданского журналиста требует:

- нового определения новостей;
- новых источников новостей;
- новых принципов взаимодействия с читателями;
- списка вопросов для размышлений.

Анализ первополосных публикаций показывает, что в настоящее время в США:

- Только одна из пяти статей рассматривает и оценивает деятельность правительства. Показатели 1977 года: одна из трех (падение 38%).
- Истории о развлечениях и юбилеях сейчас встречаются в каждой четырнадцатой публикации. В 1977 г. развлекательный характер носила только каждая пятидесятая история.
- Скандальные истории встречаются в каждой восьмой публикации. 20 лет назад скандалам был посвящен только каждый двадцать пятый текст.
- Количество публикаций на темы насилия и криминала выросло значительно и не соответствует реальному уровню преступности. Например, число убийств в США за последние 20 лет снизилось на 20%, тогда как только за предыдущие три года телевизионное время, отданное убийствам, возросло на 721%.

Многие журналисты определяют новости как конфликт: победитель – проигравший, добро – зло, ведь газеты ценят конфликт. Как правило, репортер, побывавший на митинге, где все пришли к согласию, заявит редактору: «Ничего не произошло». Журналистам кажется сложным описывать последствия, даже когда это ведет к значительным изменениям в жизни сообщества.

Гражданская журналистика стремится скорректировать построение сообщений с тем, чтобы они наиболее адекватно обслуживали интересы граждан. Среди предлагаемых методик:

- описывать не только конфликт, но и последствия событий;
- включать возможные решения ситуаций, на которых должен быть сделан смысловой акцент;
- рассказывать истории успеха;
- избегать текстов, раздающих баллы. Граждане – не игроки;
- стремиться к тому, чтобы не только история была рассказана правильно, но и была рассказана правильная история.

Гражданские журналисты описывают истории успеха наравне с неудачами. Они также изучают принятые решения, чтобы их можно было скопировать в других сообществах. Обычно журналисты описывают «шумные ситуации», что зачастую приводит только к большему шуму. Гражданские журналисты стремятся «описывать тишину», что предоставляет газетам замечательные возможности добавить осмысление с позиций интересов читателей и ценностных идеалов.

Это становится возможным при развитии технологии, открывающей новые источники новостей в местных сообществах, так называемой «civic mapping». Согласно ей предполагается:

- предварительно формулировать взгляды и позицию газеты по поводу темы, события;
- составлять базу данных неофициальных экспертов, а также людей, которые одновременно принадлежат к нескольким институтам сообщества. Например, молодой человек может быть студентом, игроком спортивной команды и активно посещать церковь;
- проводить с ними не интервью, а неформальные беседы;
- проверять сформулированные в газете предварительные мнения, уточнять используемые термины. Например, что значат для аудитории «хорошие школы»? Для газеты это понятие может подразумевать высокие показатели, а для сообщества – что-то другое.

Чтобы делать «хорошую журналистику», журналист должен использовать знания других людей и понимать их воззрения. Поэтому главное свойство и тенденция развития качественной журналистики – интерактивность. Причем под интерактивностью понимается не столько использование новых технологий (электронная почта, факс, чаты и др.), сколько вовлеченность людей в открытое и публичное обсуждение проблем сообщества, и, как следствие, их ответственность за решение этих проблем.

Согласно исследованию, проведенному Pew Center for Civic Journalism, в настоящее время СМИ намного активнее контактируют с аудиторией:

- 80% газет предоставляют читателям возможность контакта с журналистами, из них 58% указывают вместе с публикацией электронные адреса;
- 44% указывают номера контактных телефонов;
- 56% проводят обсуждение ключевых проблем сообщества (дискуссионные группы, фокус-группы и собрания городской общественности);
- 65% считают общение с аудиторией в Интернете частью репортерской деятельности;
- 72% предлагают читателям возможность опубликовать собственные истории или мнения;
- 80% предоставляют журналистам дни, когда они могут общаться с людьми, изучать проблемы сообщества без обязательного задания писать об этом;
- значительное число газет устанавливает другие формы взаимодействия, такие как «горячие» линии, форумы, посещения редакций;
- 99% редакторов считают активные контакты с читателями важной составляющей поиска достоверной информации, и 98% признались, что они используют эту информацию в своей работе.

Сегодня журналистика вместо традиционной односторонней линейной модели во многом превращается в двусторонний обмен информацией.

Цель в том, чтобы создать журналистику, которая способствовала бы активному участию читателей в жизни самоуправляемого общества. Гражданская журналистика направлена на изменение публичной политики, стимулирование общественного мнения, развитие волонтерского движения, решение проблем с позиций интересов граждан и демократических ценностей.

Гражданские журналисты не хотят говорить читателям и зрителям. ЧТО думать и КАК поступать. Они просто создают нейтральную зону, обеспечивая и вооружая граждан информацией (и иногда методами), чтобы помочь им совместно разобраться в ситуации и найти решение.

Газета *The Savanna Morning News* вовлекла жителей в поиск способов помощи местным учебным заведениям, находившимся в упадке и бывшим в то время худшими в стране. Газета посчитала, что бесконечные истории о плохих результатах студенческих тестов, о количестве студентов, бросивших школу, о родителях, обвиняющих школу, и о школах, обвиняющих правительство в скудном финансировании, будут бесполезны. Вместо этого:

- газета собрала активную группу граждан, которая работала с экспертами, школьными администраторами, родителями, студентами;
- граждане и журналисты изучили аналогичные образовательные модели;
- граждане написали в газету о том, что они увидели и изучили и что может «работать» в их городе;
- группа выработала план действий, который газета оценила и опубликовала;
- после окончания медийного проекта граждане создали некоммерческую организацию, которая должна была заниматься поиском средств для улучшения деятельности образовательных учреждений.

Ценность этого проекта в том, что газета:

- осуществила поиск идей и выхода из ситуации с позиций и в интересах простых людей;
- продемонстрировала, что она ценит знания и позицию родителей, работодателей, которые нанимают на свои предприятия выпускников, а также самих студентов;
- организовала «мозговой штурм» для поиска решений;
- оценила варианты возможных решений проблемы;
- создала то, что мы называем «потенциал гражданского общества». Граждане стали соучастниками решения проблемы;
- главное — в публикациях был сделан акцент на решении проблемы.

В Калифорнии газета *The Orange County Register* опробовала новые описательные технологии для того, чтобы рассказать историю «детей мотелей» — бедных малышей, живших буквально напротив Диснейленда. История была рассказана от имени самих детей. В противовес традиционным журналистским материалам, мнения экспертов не цитировались. Газета не просила администрацию «дать ответ».

Отклик был ошеломляющим: 1,1 тыс. человек позвонили в газету и предложили помощь. Они пожертвовали 200 тыс. долларов, 50 тонн продуктов, 8 тыс.

игрушек. Добровольцы отработали тысячи часов. Администрация штата выделила 1 млн долларов для решения жилищных проблем бедняков, а одна из некоммерческих организаций направила 5 млн долларов на борьбу с наркотиками в семьях поселенцев.

Впоследствии журналистка, готовившая публикацию, призналась, что была изумлена, насколько согласованно все работали. «История, рассказанная традиционно, могла заставить правительственные структуры перейти к обороне. Но благодаря использованному в публикации приему никто не был обвинен. Таким образом, вместо траты энергии на самозащиту они «напали» на проблему улицы».

Еще одним приемом гражданской журналистики является перераспределение равновесия. В обычном журналистском тексте каждая история имеет две стороны, такой подход считается честным и сбалансированным. Гражданская журналистика называет это двухполярным освещением ситуации. Как правило, интересы читателей не совпадают с крайними позициями. Баланс — посредине, не на краях. Гражданские журналисты пытаются доказать, что право голоса имеют все люди, вовлеченные в проблему, а не только обладатели противоположных взглядов, которые рассылают пресс-релизы. Вместо того, чтобы отражать две стороны истории, журналисты учитывают четыре или восемь сторон. Поэтому в процессе создания материала они могут прийти к неожиданным открытиям.

Газета *The Virginia Pilot* освещала вопросы строительства железной дороги из Норфолка в Вирджинию Бич. Газета была против проекта, выдвигая традиционные аргументы, которые сводились к высокой стоимости проекта, налоговым субсидиям и др. Гражданский журналист пришел к выводу, что эти публикации скрывают совсем другие проблемы.

Он провел несколько интервью и после этого опубликовал смелую статью. Но это была статья не о транспортных проблемах, а о расовых взаимоотношениях. Он написал, что оппоненты строительства железной дороги на самом деле не хотят, чтобы чернокожим жителям стало легче добираться из Норфолка до Вирджинии Бич.

Еще одним примером разных позиций традиционной и гражданской журналистики могут быть публикации вокруг скандала Билл Клинтон — Моника Левински. Обычно ситуация преподносилась как конфликт между людьми: Клинтон против обвинителя Кена Старра, республиканцы против демократов. Гражданские журналисты считали, что на самом деле это конфликт ценностей: ценим ли мы эффективного лидера, несмотря на его супружескую измену или/и обман. Измерения общественного мнения показывали, что у Клинтона оставался высокий рейтинг, для американцев приоритетными были лидерские качества Клинтона, даже если они и осуждали его человеческий проступок.

Один из самых успешных проектов гражданской журналистики — серия публикаций в газете *The Charlotte Observer*, посвященная проблеме преступности в десяти районах города. Использовался весь инструментарий гражданской журналистики. Кампания началась с предварительного интернет-исследования и замеров общественного мнения, затем прошли собрания на районных и городском уровнях, встречи совещательных групп. Журналисты

стремились выяснить, как жители в этих районах относятся к проблеме преступности. Кампания включала:

- взаимодействие с телевидением и радио;
- истории успеха в районах, справившихся с преступностью, сочетались с рассказами о районах свободного распространения наркотиков в городе;
- формулирование «списков необходимого» — того, что нужно, по мнению читателей, в районах — от баскетбольных площадок до новых рекреационных центров. Для звонков читателей был опубликован номер телефона.

Газета сделала наглядным то, в чем люди могли участвовать, и в редакцию позвонили свыше 1,2 тыс. человек.

Газета получила множество журналистских наград. Но самое главное — даже десять лет спустя в этих районах чувствовалось положительное влияние проекта. Уровень преступности упал, выросли новые общественные лидеры, город смог закрыть наркопритоны, улучшилось освещение улиц, был построен общественный центр. И люди благодарили за это газету. Хотя газета не указывала людям, что делать. Она только опубликовала набор возможных мероприятий, и граждане воспользовались этим. В гражданской журналистике это называется приращением гражданского потенциала.

Журналисты используют разные виды взаимодействия с гражданами, открывают новые источники информации, востребован объясняющий — вместо конфликтного — способ организации материала.

Газета *San Francisco Examiner's* рассказала о влиянии притока новых иммигрантов на развитие города и проследила его воздействие на возникновение новых ресторанов, концертных и спортивных залов, школ, даже на музыку, которая звучит в клубах.

Газета *Savanna Morning News* в серии публикаций продемонстрировала, как увеличение числа горожан старшего возраста не только повлияло на уровень жилищных условий и медицинского обслуживания, но и привело к появлению новых граней благотворительности и новых кандидатов на административные должности.

Газета *The Press Herald's* в серии статей подняла проблему алкогольной зависимости, опубликовала список пожаров, возникших по вине жителей, находившихся в состоянии алкогольного опьянения, описала случаи детского алкоголизма.

На сайте *Pew Center for Civic Journalism* можно найти список вопросов, который поможет определить, есть ли у журналиста склонность к гражданской журналистике.

- Как вы представляете людей в ваших историях:
  - как мебель, которую можно просто подвинуть?
  - как граждан, способных действовать?
- В своем материале вы только поднимаете проблему?
  - Или предлагаете идеи, выход из ситуации?
  - Предлагаете ли вы людям действия, которые они могли бы предпринять?

- *Учитываете ли вы все возможные позиции?*
  - *Описываете ли вы более чем две стороны истории?*
  - *Аргументы «за» и «против» приводят вас к истине?*
  - *Описываете ли вы наряду с внешним конфликтом и внутренний конфликт?*
- *Помогаете ли вы людям увидеть возможное решение, а также последствия их выбора?*
  - *Подвергаете ли вы экспертизе ценности?*
  - *Проводите вы обсуждение возможных решений?*
  - *Рассказываете ли вы о положительном опыте, который где-то сработал?*
  - *Приветствуете ли общественный «мозговой штурм»?*
- *Приглашаете ли вы читателей к соучастию, сотрудничеству?*
  - *Как люди могут ответить на вашу публикацию?*
  - *Указываете ли вы вместе с публикацией контактные данные?*

Конечно, бесполезно проверить себя по этим вопросам и критериям, привести интерактивные способы взаимодействия с читателями в журналистские тексты. Пусть теоретики «ломают копья», доказывая актуальность «социальной» или «гражданской» журналистики. Мы знаем, что настоящая журналистика там, где автор пытается решить проблему, помочь кому-либо в конкретной ситуации.

*В статье использованы материалы Pew Center for Civic Journalism на сайтах [www.pewcenter.org](http://www.pewcenter.org) и [www.j-lab.org](http://www.j-lab.org).*

## Социальная и гражданская: попытка сопоставления

Надежда Хлебникова,  
Мурманская ассоциация журналисток

Мурманская ассоциация журналисток в течение трех последних лет реализует проекты по развитию и социальной, и гражданской журналистики. Успешно работает студия социальной журналистики, где студенты не только изучают и осваивают гражданскую журналистику, но одновременно являются участниками проектов по социальной журналистике, инициированных АСИ-Москва. Поэтому сходство и различие понятий «социальная журналистика» и «гражданская журналистика» для нас вопрос не надуманный.

Работая в студии со студентами, нам приходится отыскивать все более точные критерии социальной и гражданской журналистики и сравнивать эти направления. Результаты сравнения приведены в таблице.

Название	Альтернативные определения	Место и время возникновения	Тема	Аудитория	Взаимоотношения с читателями
Социальная	Нет	Россия, конец 90-х гг. XX в.	Человек в новых социальных условиях	Ищет социальную идентификацию и социальную защиту	Желательно участие читателей
Гражданская	Общественная, обобщинная, журналистика соучастия, интерактивная	США, конец 80-х гг. XX в.	Проблемы местного сообщества	Стремится решить проблемы местного сообщества	Обязательно участие читателей

На первый взгляд, проблема определения гражданской и социальной журналистики относится к проблеме типологической структуры СМИ, в частности, к типологии периодических изданий. Вспомним курс по специальности: периодическая печать бывает молодежная, научная, спортивная, международная, детская, женская. В этот же ряд хочется поставить: социальная, гражданская.

В теории журналистики одним из главных моментов при определении типа издания являются тема и читательская аудитория. С началом реформ в России появились издания, представляющие парламентскую, деловую, политическую, развлекательную журналистику. Можно назвать и канувших в лету. Недавно на одном из семинаров услышала любопытную реплику: «Исчезли журналисты-аграрники. А ведь какие были публицисты, какие программы на факультетах журналистики!»

Может быть, социальная и гражданская журналистика также порождены бурными переменами в российской действительности, и в обозримом будущем мы станем свидетелями заката этих направлений или их удивительной трансформации.

Несомненно, социальную и гражданскую журналистику роднит выбор темы. Это социальные проблемы, точнее, социальные последствия экономической реформы и человек в новых социальных условиях.

Социальная журналистика более традиционна в выборе и освещении тем и шире распространена. Региональные и муниципальные газеты без социальной тематики представить невозможно. Среди спектра универсальных и специализированных изданий, представляющих социальную журналистику, местная пресса является самой многочисленной группой.

Разверните любой номер местной газеты. Как правило, наряду с обработанными пресс-релизами администрации области или города здесь хорошие и плохие новости, добытые корреспондентами из социальной сферы. Журналисты предпочитают эту сферу не только по причине ее социальной значимости. Эта информация более доступна и понятна, чем финансовые и экономические показатели предприятия за истекший год или результаты плановых проверок налоговой инспекции. Кроме того, и в пресс-релизах от исполнительной власти преобладает все та же социальная сфера, поскольку она и есть сфера действия власти или местного самоуправления.

Социальная журналистика внимательна к «малым делам», сочувствует и сопереживает человеку. В ней есть некий «психотерапевтический эффект», хотя исследователи и поругивают ее за это.

В последние годы региональная и муниципальная журналистика обратила внимание на некоммерческие организации и специфику их деятельности в социальной сфере. Хотя журналисты, как правило, не владеют знаниями о гражданском обществе, профессиональная обязанность «знать понемногу обо всем» и время делают свое дело. Если в городе пять, семь, а то уже и десять лет работает организация, объединяющая слабослышащих или экологов, к ней привыкают, она занимает свое место в социальной иерархии местного сообщества и попадает в поле зрения журналистов.

Социальная журналистика объективно способствовала тому, что непонятная и подозрительная, на взгляд местного сообщества, деятельность НКО постепенно была понята, декодирована и одобрена обществом.

Наиболее ярким показателем специфики форм и методов социальной журналистики являются, конечно же, социальные акции — деятельность редакции, выходящая за пределы газетной полосы. Но такие акции в редакционных планах, скорее, исключение, чем правило.

Итак, если вооружиться основными критериями — тема и аудитория, то можно отыскать издания и тексты, о которых можно с уверенностью сказать, что они и есть социальная журналистика. Если с этими же критериями подходить к гражданской журналистике, то указать на образцы не так-то просто.

Следуя логике, это издания и журналистские тексты о правах человека, реализации гражданских прав читателей. И в таком случае — это редкие и специфические издания, в основном о правозащитной деятельности НКО.

Такое мнение высказывают многие практики и исследователи журналистики. И тогда гражданская — это синоним или часть социальной. Но дело в том,

что определение «социальная журналистика» появилось в России, это плод нашей современности, а открытие и первое теоретическое описание гражданской журналистики сделано в США в 80-е годы прошлого столетия.

Она стала реакцией на возрастающее равнодушие читателей к общественно-политической жизни, в частности, к выборам. По методике Института Пойнтера газета *The Charlotte Observer* провела кампанию с целью выявить и обсудить наболевшие местные проблемы, чтобы помочь кандидатам составить адекватные программы и тем самым привлечь население к участию в выборах.

В гражданской журналистике выделяют две отличительные особенности: активное участие читателей в решении проблем и нацеленность на реальные преобразования в обществе, на результат.

За прошедшие 15 лет гражданская журналистика стала общепризнанным явлением. На XII Всемирном конгрессе редакторов в Сеуле в мае 2005 года обсуждению проблем гражданской журналистики была посвящена отдельная сессия. И по-прежнему в мире есть как горячие приверженцы, так и настойчивые критики этого явления.

Даже терминология за это время еще не стала общепотребительной. Гражданскую журналистику называют коммунитарной, общинной, общественной, журналистикой соучастия. В России она существует, в основном, в виде экспериментов, проектов, осуществляемых энтузиастами на гранты благотворительных фондов.

Можно назвать необходимые составляющие для работы в традициях гражданской журналистики.

1. **Мировоззрение.** Надо знать и разделять идеи гражданского общества. В противном случае теряются ориентиры деятельности. Например, одна редакция — участница нашего проекта достигла замечательного результата: инициативная группа, ее партнер по проекту, готова была создать общественную организацию. Но редакция не знала, что с этим делать и вообще не поставила себе это достижение в заслугу.

2. **Владение технологиями журналистской работы.** Гражданская журналистика в идеальной модели очень технологична. Те формы и методы, которые всего лишь скромно присутствуют в социальной журналистике, являются основными в гражданской. Газета проводит опросы, дискуссии, длительные информационные кампании, активно использует социологические методы. Применяется визуальная журналистика, долгосрочное планирование. Например, газета выбирает острую городскую проблему, которая так или иначе отражена в городском бюджете. Вместе с заинтересованной общественной организацией разрабатывает план кампании. Он состоит из публикаций и совместных акций. Главная цель — добиться конкретного результата, изменений в действительности, в том числе, найти в бюджете источники финансирования для решения проблемы. Так, в результате кампании газеты «Городское время» «Пес должен гулять на поводке» в бюджете г. Полярные Зори Мурманской области было предусмотрено финансирование строительства площадки для выгула собак. За два года газетами Мурманской области и Карелии было проведено семь подобных информационных кампаний. Разработана методика их проведения. Проекты выполняли журналисты-практики, но с ними знакомы-

лись и студенты. Так слушатели студии социальной журналистики изучали и осваивали гражданскую журналистику. Одна из них, студентка пятого курса, приняла решение писать диплом по информационным кампаниям.

Представляется, что есть еще одна причина, по которой гражданская журналистика не получает настоящего признания в России: на первый взгляд, модель очень похожа на «коллективного пропагандиста, агитатора и организатора» — газету партийно-советской эпохи.

Но сходство поверхностное. Глубокое различие, если рассматривать идеальные модели, определяется следующими факторами.

<i>Гражданская журналистика</i>	<i>Коллективный агитатор</i>
<i>Не встроена во власть на идеологическом и организационном уровне.</i>	<i>Является частью партийно-советской власти и частью партийного аппарата.</i>
<i>Развивает горизонтальные связи в обществе и поощряет самоорганизацию граждан в различных сферах — по месту жительства, в финансовой сфере, в сфере досуга.</i>	<i>Гражданская инициатива запрещена и наказуема.</i>
<i>Обязана информировать и содействовать тому, чтобы мнение общественности было компетентным. Информирруя, газета не теряет своей функции как СМИ и своей обязанности быть объективной, содействуя прогрессу.</i>	<i>Партийная журналистика не была журналистикой новостей.</i>
<i>Поиск истины. Плюрализм, поливариантность решений, альтернативность мнений, отказ от стереотипов, толерантность.</i>	<i>Одобрение генеральной линии партии.</i>
<i>Газета — способ социальной коммуникации.</i>	<i>Газета была «доской почета» и «доской позора».</i>

В последние годы гражданская журналистика претерпевает влияние Интернета, который дает огромные возможности для взаимодействия с читателем. И самое последнее направление гражданской журналистики, если следовать не дословному, а смысловому переводу, — это «журналистика, которую делают граждане без помощи профессионалов-журналистов». То есть гражданская журналистика — civic journalism — дополняется еще одним направлением — citizen journalism. Речь идет об известных многим блогах. Они появились в открытом доступе в Интернете как исповедальные дневниковые записи и переросли в социальное явление. Блоггеры обсуждают политические события и оказывают влияние на решения правительств.

Все это дает основание считать, что гражданская журналистика — это не вопрос типологии прессы. Это вопрос новой роли СМИ в новом информационном пространстве. Нет сомнения в том, что СМИ как социальный институт должны брать на себя функцию социальной коммуникации. Сегодня эту функцию берут на себя граждане, имеющие доступ в Интернет и претендующие на то, что их информация более достоверна и независима, чем в профессиональных изданиях. Мы еще не успели привыкнуть к тому, что профессия журналиста перестала быть элитарной и становится массовой. А на горизонте уже изменение самой природы СМИ.

В свете этого, может быть, вечная проблема свободы и независимости СМИ получит самое неожиданное решение?

## Социальная тема в ульяновских СМИ

Екатерина Женжеруха,  
АСИ – Ульяновск

Ульяновский корпункт Агентства социальной информации в ходе реализации проекта «Социальная журналистика гражданского общества» провел опрос редакторов местных изданий. Для нас было важно выяснить их отношение к роли социальной журналистики в современном обществе, а также какова политика их изданий в отношении социальных тем. Опрашивая действующих игроков медиарынка, мы попытались понять, каково их видение социальной журналистики и современного социального журналиста. Ведь от этого зависит, насколько будет понято и принято новое поколение молодых журналистов, участвующих в проекте. Проводя опрос, мы пытались уловить основные черты так называемого рынка социальных новостей и выяснить, какие социальные темы сегодня пользуются спросом в изданиях, кто формирует этот спрос и политику изданий и что журналисты-социальщики могли бы предложить изданиям и современному обществу.

Как изменения в обществе повлияли на роль и место журналистики вообще и социальной журналистики в частности? Какую роль отводят работники СМИ некоммерческому сектору? Какую роль играют учредители издания в формировании его политики? Какими источниками информации пользуются сегодня журналисты при подготовке социальных материалов? Какие трудности они испытывают при подготовке материалов? Каковы критерии профессионально и хорошо написанного материала? Какие знания, опыт и навыки необходимы журналисту местного или регионального издания для подготовки качественного материала по социальной теме? Как редакторы оценивают качество социальных материалов в своих изданиях и что, по их мнению, способствовало бы подготовке более качественных материалов? Такие вопросы мы задавали участникам опроса. При составлении опросника АСИ-Ульяновск использовало наработки по проекту «Больше знаний – крепче сеть», реализованного АСИ-Барнаул в 2003 году.

Издания, принявшие участие в опросе, в зависимости от типа «собственника» или учредителя и того, каким образом финансируется издание, можно разделить на три группы.

К первой группе мы отнесли газеты, учрежденные центральными изданиями или иногородними учредителями. В опросе приняли участие «Ульяновский меридиан» и «Комсомольская правда в Ульяновске».

Вторая группа – издания, учрежденные региональной и местной администрацией. В опросе приняли участие «Народная газета» (учредитель – Администрация Ульяновской области), «Ульяновск сегодня» (учредители – Администрация г. Ульяновска и Городская Дума) и ГТРК «Волга».

И третья группа — так называемые независимые издания, среди которых мы опрашивали редакторов газет «Дыхание земли» и «Симбирский курьер».

Вот что думают о социальной журналистике и раскрытии социальных тем редакторы ульяновских изданий.

**Первая группа.** Некоторые из социальных тем (например, пропаганда здорового образа жизни и спорта) издания размещают исключительно на коммерческих условиях. Однако на их счету есть и безвозмездно проведенные акции, например, в пользу детей-сирот или молодежи. Для изданий этой категории, по решению их учредителей, не являются приоритетными темы благотворительности («пишем только о себе как информационных спонсорах») и религии. Темы нравственного воспитания «затрагиваются, но неглубоко и нечасто». У изданий этой категории есть некоторая установка на соблюдение политкорректности по отношению к местным властям.

Как отметила редактор одной из газет, «в выборе темы мы пошли на поводу у читателя вместо того, чтобы вести его за собой. Большинство современных изданий занимаются инфотейнментом (от англ. information — информация и entertainment — развлечение), то есть подачей информации с целью развлечь читателя. Издания предпочитают размещать упрощенные тексты и большие «картинки». В целом в прессе мало материалов, заставляющих читателя думать. Хотя наметились и новые тенденции — стало меньше «желтизны» и «чернухи». Многие издания начинают понимать, что читатель уже устал от этого».

Редакторы этой группы изданий считают, что социальная журналистика развита слабо. Она не приносит прибыли. «Это то, чем мы должны заниматься, но, к сожалению, не делаем этого. В современном обществе социальная тема интересует только узкопрофильные издания», — подчеркивает главный редактор «Ульяновского меридиана».

Однако понимание значимости социальной журналистики у редакторов есть: «Социальная журналистика должна нести пользу людям и способствовать решению их проблем», «Социальная журналистика — это граждановедение в популярной, доступной форме». Мешают же подготовке актуальной и качественной социальной информации, по их мнению, политика учредителей, закрытость учреждений и организаций, работающих в социальной сфере.

В целом издания этой категории неплохо осведомлены о социально-демографических характеристиках своих читателей. Однако они не проводили исследований, какие материалы могут быть интересны читателю.

**Вторая группа.** По мнению редакторов государственных и муниципальных изданий, их основная задача — информационная поддержка деятельности власти. Поэтому для них приоритетной является информация, исходящая от властных органов. «Главная проблема с социальными материалами — где их разместить! Нередки случаи, когда в день сдачи может прийти нормативный акт на шести листах, который обязательно нужно ставить в текущий номер (он вступает в силу только после опубликования), в итоге «слетают» все наши материалы», — сетует редактор газеты «Ульяновск сегодня».

Актуальными и востребованными редакторы назвали темы падения нравственности в обществе, низкого уровня жизни, бытовые проблемы, медицинское обслуживание, проблемы молодежи и пожилых.

Отношение к социальной журналистике и роли журналиста таково:

«Это повествование о человеке во всех его проявлениях, а сегодня мало и плохо пишут о человеке. К сожалению, сегодня журналистика не всегда оказывается действенной. Лукавят те, кто называют ее четвертой властью. Это — инструмент коммуникации. Нередко молодые журналисты осознают бессмысленность того, что они делают, и уходят из журналистики. Хотя могли бы помочь людям, поднимая конкретные темы».

«Сегодня социальная журналистика — это посредник между социально обиженными и теми, кто их обижает (а обижает, как принято думать, власть). Журналист и издание должны нести позитивный настрой. Журналист в своих материалах должен ориентировать читателя на решение социальных проблем, а не просто констатировать факты».

При подготовке социальных материалов эти издания также сталкиваются с закрытостью социальных организаций и их неумением подать информацию. Редактор «Народной газеты», например, отметил, что часто руководители государственных социальных учреждений не позволяют специалистам без согласования с ними давать прессе информацию, в которой специалист компетентен. Иногда на согласование уходит месяц, после чего информация уже не является актуальной. Общественные организации тоже отвечают на запрос редакции долго и порой непрофессионально.

На вопрос о социально-демографических характеристиках своей читательской аудитории и интересах читателей редакторы второй группы отвечали весьма расплывчато.

Третья группа. Редакцию газеты «Дыхание земли» интересует широкий спектр социальных тем — от пропаганды здорового образа жизни и спорта до нравственного воспитания и экологии личности. Об этом говорят названия рубрик, которые сложились исторически и представляют собой набор актуальных для общества тем. Более того, редакция газеты активно участвует в благотворительных и добровольческих акциях, сама часто организует такие акции и использует их для продвижения газеты и формирования ее имиджа в местном сообществе. Кстати, из всех опрошенных изданий только у газеты «Дыхание земли» наблюдается рост тиража за последний год.

Руководство издания придерживается мнения, что залог успеха газеты — опыт и заинтересованность журналистов: «Для подготовки хорошего социального материала нужно, чтобы журналист писал о том, что ему интересно лично. Через социальную журналистику мы реализуем свое желание помочь людям. Газета должна быть полезна. К сожалению, социальной журналистики как массового явления сегодня не существует. Ведь социальный журналист стремится к объективному освещению окружающей действительности. Большинство же изданий желают либо угодить публике, либо работают на кого-то, и практически

нет журналистики, отражающей интересы населения и организующей общественный диалог».

Генеральный директор газеты считает, что среди собственников и редакторов изданий существует ошибочное мнение о том, что только за счет читателей газета не может выжить, и вывести ее на самоокупаемость нереально. На самом деле, по его мнению, изданиям нужны менеджеры, способные знать и ориентироваться на реальные потребности той категории людей, которые разделяют идеи и миссию издания.

Примечательно, что «Дыхание земли», в отличие от других изданий, не жаловалось на закрытость источников информации. «Сложность в том, что раскрывая ситуацию, можно задеть кого-то. Ведь журналистика достаточно действенна, и порой раскрытие темы может в корне изменить ситуацию».

Редактор «Симбирского курьера» актуальными считает темы здравоохранения, образования, быта (транспорт, ЖКХ и др.), низкого уровня жизни населения. Цель социальной журналистики — «озвучить проблемы конкретных людей и обратить на них внимание тех, кто их должен решать».

По его мнению, при подготовке социальных материалов не хватает экспертных знаний о том, что происходит в той или иной социальной сфере. Нередко сложно найти компетентного человека, который бы грамотно прокомментировал ситуацию.

Как показал опрос, каждая из редакций испытывает большую потребность в профессиональных социальных журналистах, готовых отражать процессы, происходящие в обществе. Опрос также помог нам выявить те издания, которые на деле заинтересованы и имеют возможность на своих страницах раскрывать суть происходящих общественных процессов, определить, кто из СМИ может стать стратегическим партнером в деле «взращивания» социальных журналистов.

По итогам работы Ульяновский корпункт АСИ наметил для себя следующие задачи на будущее:

- формирование у работников изданий понимания роли СМИ и НКО в процессе развития гражданского общества (проведение круглых столов и дискуссий);
- формирование базы данных экспертов по социальным темам, постоянное расширение круга экспертов и предоставление информации о них журналистам;
- консультирование экспертов по вопросам работы со СМИ;
- организация общественных дискуссий по различным социальным направлениям между экспертами из некоммерческого сектора, государственными организациями и властными органами.

# Интерактивные методы в обучении студентов

---

Оксана Тажирова,  
АСИ – Нижний Новгород

Скажи мне – и я забуду, покажи мне – и, может быть, я запомню,  
вовлеки меня – и тогда я постигну.

*Конфуций*

Изречение великого мудреца, вынесенное в эпитафию, как нельзя лучше характеризует сущность и значение интерактивных методов обучения. Наше время можно с уверенностью назвать «эпохой торжества интерактива». Интерактивные методы уже широко и с успехом используются в торговле, рекламе, PR, журналистике, то есть во всех сферах, где не только важна обратная связь с потребителем (в том числе с потребителем информации), но и равноправное взаимодействие участников коммуникационных процессов является необходимым фактором успеха.

Однако не только «модная тенденция» стала поводом для внедрения интерактивных методов занятий в рамках подготовки и проведения спецкурса по социальной журналистике для студентов филологического факультета ННГУ им. Лобачевского. Были и другие причины, не менее важные. Во-первых, это необычный, а значит, привлекательный подход для студентов: обычно занятия в вузах строятся по классическому лекционному принципу, без вовлечения студентов в формирование учебного процесса. Во-вторых, этого требует формат данного спецкурса. Он, с одной стороны, предполагает многих привлеченных экспертов вместо одного постоянного лектора и, с другой, отводит более «почетную» роль самим студентам, которые воспринимаются как уже практикующие журналисты.

Поэтому при формировании и проведении учебного спецкурса по социальной журналистике мы отвели особую роль интерактивным методам обучения. Далее мы предлагаем вашему вниманию несколько интерактивных методик, которые могут быть использованы в подобных курсах.

**Анкетирование.** Самый простой, но, на наш взгляд, действенный и необходимый способ – это анкетирование студентов в самом начале спецкурса, когда еще есть возможность изменить намеченные темы занятий и пригласить других экспертов. Можно предложить студентам индивидуально ответить на такие вопросы, как: «Какие социальные проблемы вы считаете наиболее актуальными для нашего региона?», «Какие темы, на ваш взгляд, нужно обсудить в ходе спецкурса?», «С какими экспертами, общественными деятелями вы хотели бы встретиться в рамках спецкурса?». Это позволяет «диагностировать» группу, определить уровень знаний слушателей по теме и, кроме того, скорректировать учебный план в зависимости от пожеланий студентов (что сделает занятия более

интересными и полезными для них). И, наконец, это создает у студентов ощущение соучастия, сопричастности к учебному процессу.

Другой важный момент — это **итоговое анкетирование**, когда студентам предоставляется возможность высказать свое мнение о спецкурсе, его темах, приглашенных экспертах. Это позволяет не только получить обратную связь от аудитории, понять, насколько занятия курса оказались полезными для студентов, но и учесть комментарии и пожелания студентов при формировании дальнейших курсов. Так, на последнем занятии первого семестра спецкурса в июне 2005 года мы провели итоговое анкетирование. На вопрос, был ли для них спецкурс полезным, 100% опрошенных ответили положительно, а на предложение назвать дополнительные темы для рассмотрения назвали ВИЧ/СПИД, неблагополучные семьи, проблемы отношений в семье, брака и материнства, психологию преступности, детскую преступность, проблемы малообеспеченных. Эти пожелания были учтены при планировании второго семестра спецкурса.

**«Знать, уметь, испытать».** По сути, этот метод представляет собой коллективное анкетирование в игровой форме. Для упражнения необходимо взять три листа бумаги, на одном написать «знать», на втором «уметь», на третьем — «испытать». Студенты делятся на три мини-группы, каждой выдается по листу. Первой группе предлагается написать то, что они хотели бы знать по окончании занятий, второй группе — выписать те навыки, которые ее участники хотели бы получить в рамках спецкурса, третья группа заполняет лист «испытать» (что студенты хотели бы «пережить» в ходе занятий — встречи с экспертами, посещение социальных объектов, возможность примерить на себя ту или иную социальную профессию и т.д.). По завершении работы группы меняются листами, дополняют друг друга, потом снова меняются. В итоге все три группы высказывают свои пожелания по всем трем пунктам.

Преимущество «игровых» форм перед обычным анкетированием заключается не только в том, что они более привлекательны, но и в том, что часто респонденты подходят к заполнению анкет довольно формально. Когда мы проводили анкетирование студентов, встречались абсолютно идентичные ответы — даже на открытые вопросы, например, о темах, которые необходимо включить в спецкурс (так, два студента ответили «СПИД, волонтерские программы, неблагополучные семьи», не изменив даже последовательности пунктов).

**«Мозговой штурм».** Этот метод мы использовали в самом начале спецкурса, предложив слушателям сначала в малых группах, а потом всем вместе поразмышлять на тему: «Что такое социальная журналистика?» и сообщая вывести ее качественные критерии. Это позволяет не только понять, насколько хорошо студенты разбираются в предмете курса или насколько хорошо запомнили теоретические определения, данные преподавателем на вводных занятиях, но и самим поразмышлять на эту тему, сформулировать определения и термины, к которым мы неоднократно обращаемся в рамках курса. Студенты получают возможность высказать свое мнение и отношение к темам занятий. Как правило, в ходе учебного процесса в вузах студентам не предоставляется такой возможности, а студенты, тем более, будущие журналисты, на которых ориентирован наш спецкурс, обычно готовы не только свое мнение высказывать, но и отстаивать его.

**«Работа над кейс-стади».** Помимо очевидных интерактивных преимуществ, у этой формы есть и другие достоинства. Как показывает опыт, студенты достаточно активно обсуждают статьи и сюжеты своих коллег, высказывают мнения, формулируют выводы. Кроме того, работа над кейс-стади (в нашем случае — реально опубликованными статьями) превращает разговор из обобщенно-теоретического в более предметный и практический. Мы использовали эту форму на одном из первых занятий, когда еще только разбирали само явление социальной журналистики. Мы предложили студентам два материала — о проблемах глухих детей и благотворительности, один из которых не имел отношения к социальной журналистике (статья по теме «благотворительность» относилась к «светской хронике» и рассказывала о Нижегородском благотворительном бале). Разобрав материалы, студенты сами вывели критерии и отличительные характеристики социальной журналистики, и это свидетельствовало о том, что в вопросах терминологии спецкурса они разобрались.

**«Ожидания».** Эта интерактивная методика может быть использована на каждом занятии в рамках учебного курса. Обозначив тему занятия и познакомив студентов с экспертом, можно предложить им самим сформулировать наиболее важные аспекты, наиболее интересные вопросы, на которые они хотели бы получить ответы в ходе занятия.

Все упомянутые выше интерактивные методики являются лишь составляющей частью, элементом занятия, однако можно сделать интерактивным и все занятие. Например, встречу с экспертом провести в форме **пресс-конференции**, назначив модератором кого-то из студентов. А в конце занятия предложить студентам, которые «играли» журналистов, по итогам пресс-конференции написать заметки или разыграть мини-сюжеты на ТВ.

**Круглый стол.** Эта форма «работает», если тема занятия — спорная и неоднозначная. Можно провести занятие в виде дебатов на социальную тему, когда студенты отстаивают противоположные точки зрения, а эксперт выступает в роли арбитра. Данная форма требует от студентов предварительной подготовки, но, на наш взгляд, гораздо более эффективна и имеет более долговременный эффект по сравнению с обычным лекционным занятием.

Если есть возможность пригласить сразу нескольких экспертов, можно провести занятие в жанре **«ток-шоу»**, хорошо известном будущим журналистам. Взяв за образец ток-шоу Владимира Соловьева «К барьеру», пригласить экспертов с «конфликтующими» точками зрения, а студентов попросить не просто высказываться, но и проголосовать в конце занятия за мнение того или иного эксперта.

Рассмотренные формы демонстрируют возможность внедрения интерактивных методик в учебные занятия в стенах вуза. Проведение «выездных» занятий, когда студенты посещают общественные организации, социальные учреждения или акции, уже несет в себе элементы интерактива. В ряде случаев стоит попробовать «закрепить» эффект, например, не просто провести экскурсию в НКО, познакомив с ее деятельностью, а предложить молодым людям попробовать на время стать сотрудником организации: заниматься с детьми-инвалидами, отвечать на звонки в общественной приемной, принять участие в экологической акции и т.д. Вовлечение студентов в процесс ре-

шения той или иной социальной проблемы может быть гораздо эффективнее, чем рассказы о том, как эти проблемы решаются другими.

И, наконец, форма зачета по итогам спецкурса тоже может быть интерактивной. Слушателям спецкурса по социальной журналистике было предложено в качестве зачета сделать материал по социальной теме. Студенты написали (а некоторые статьи даже были опубликованы) на разные темы: о бездомных, борьбе с бедностью, социальной рекламе, о деятельности Нижегородского отделения Красного Креста, Нижегородской службы добровольцев, других общественных и муниципальных организаций, о пособиях детям-сиротам, демографическом кризисе, детских домах и т.д. Материалы написаны в разных жанрах, но почти все они отвечают критериям социальной журналистики, о которых мы так много говорили в течение спецкурса. По итогам второго семестра мы планируем издать специальный выпуск стенгазеты, посвященный спецкурсу, его темам, экспертам и т.д.

Спецкурс по социальной журналистике был разработан сотрудниками Агентства социальной информации в Нижнем Новгороде совместно со специалистами кафедры журналистики филологического факультета Нижегородского государственного университета им. Лобачевского для студентов 4-го курса дневного и заочного отделений. Среди задач спецкурса: дать студентам систему знаний о социальной информации в СМИ и социальной журналистике; предоставить целостную и адекватную информацию о современном состоянии социальной сферы в России; помочь студентам освоить практические навыки работы с социальной информацией и т.д.

Программа спецкурса предусматривала 18 лекционных и 16 практических занятий. Занятия проводились еженедельно. На каждую тему отводилось два занятия по два академических часа. Первое занятие в рамках темы, теоретическое, вел преподаватель кафедры; второе занятие, практическое — сотрудники АСИ-НН с участием приглашенных экспертов.

Список экспертов формировался в соответствии с темами спецкурса. Все эксперты — ведущие специалисты в своих областях, сотрудники НКО или государственных организаций, имеющие большой опыт общественной деятельности и взаимодействия со СМИ.

Так, для проведения занятия по теме «Актуальные социальные проблемы российского общества. Экологическое движение» был приглашен Асхат Каюмов, директор крупнейшего в России экологического центра «ДронТ», человек, который с 1992 года возглавляет общественный совет по экологическим проблемам при Губернаторе Нижегородской области. Практическое занятие по теме «Проблемы семьи и детства. Проблема социализации детей и подростков в новой социально-экономической реальности» провела Галина Семья, доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии Университета Российской академии образования (УРАО), эксперт аппарата Уполномоченного по правам ребенка и председатель общественного экспертного Совета по патронатному воспитанию в городе Москве. Занятие по теме «Проблемы охраны здоровья. Наркомания» вел известный нижегородский нарколог, заведующий отделением реабилитации областного наркологического диспансера Александр Добролюбов.

Подводя итоги, хочется отметить несколько положительных моментов. С одной стороны, использование интерактивных методик в учебном процессе, безусловно, делает занятия более разнообразными, интересными, тем самым выгодно выделяя их на фоне обычных учебных «пар», стимулирует студентов к посещению спецкурса. С другой стороны, интерактивное вовлечение студентов превращает их из простых слушателей в соавторов курса. И, наконец, использование интерактивных методик способствует лучшему усвоению и закреплению новых знаний. Это, в свою очередь, позволяет надеяться, что в скором будущем появятся качественно новые газетные публикации и видеосюжеты на социальную тему – хорошие образцы социальной журналистики.

## **Я больше никогда не скажу: «Меня это не касается»...**

---

**Татьяна Черепанова,**  
*Пермский государственный университет*

*Успешно социальной журналистикой может заниматься лишь человек, хорошо понимающий, что происходит в обществе, активно включенный в социум. Чем раньше это произойдет, тем лучше как для самого журналиста, так и для общества. Погружение в проблему, личное участие в изменении ситуации, решение конкретной социальной задачи помогают процессу «социализации личности». У студентов отделения журналистики Пермского государственного университета – слушателей спецкурса по социальной журналистике – этот процесс шел быстрее обычного.*

Во время мастер-класса на фестивале юнкоров «Гранатовый блокнот» я попросила старшеклассников вспомнить жизненные ситуации, после которых они почувствовали себя старше, взрослее. Кто-то назвал первую любовь, кто-то повзрослел, испытал безответное чувство. Рассказали о серьезной болезни друга и о выпускном вечере. А одна девушка почувствовала себя повзрослевшей, пройдя множество инстанций при подготовке материала по экологической проблеме для молодежного издания.

Для студентов, посещавших спецкурс по социальной журналистике, я подготовила небольшую анкету, в которой было три коротких вопроса.

1. Какие из встреч в ходе спецкурса помогли по-другому оценить окружающий мир и себя в нем?
  2. Как вы сами изменились за это время?
  3. Что вы вкладываете в понятие «социальное взросление»?
- Результаты оказались весьма любопытными.

*«Меня просто потрясла поездка в музей истории тоталитаризма «Пермь-36», за 300 километров от Перми; экскурсия, которую провела исполнительный директор Центра истории политических репрессий Татьяна Георгиевна Курсина. А перед этим была встреча на семинаре с руководителем пермского отделения общества «Мемориал» Александром Михайловичем Калихом. Я поняла смысл выражения «живая история». И я обязательно пойду работать волонтером в этот музей».*

*Из ответов на вопросы анкеты.*

Очевидно, что наибольшее впечатление на студентов произвели те, кого они в своих ответах обозначили как «людей дела», у которых «жизнь в

действии». Да и мы, организаторы, сознательно приглашали на наши встречи не просто специалистов, но ярких личностей, жизнь которых так или иначе посвящена идее. Как, например, Александр Калих, в прошлом журналист, один из создателей пермского «Мемориала» и активных строителей общества, которое мы называем гражданским. Или Павел Печенкин, руководитель киностудии «Новый курс», вдохновитель широко известного фестиваля документального кино «Флаэртиана». Или заведующий кафедрой журналистики ПГУ Владимир Абашев, создатель фонда культуры «Юртыни», получивший не так давно «Малого Букера».

Многие студенты выделили встречу с Владиславом Гладких, руководителем проекта «За демократическую альтернативную гражданскую службу» Центра поддержки демократических молодежных инициатив пермского «Мемориала». В Перми обкатывался эксперимент по введению альтернативной гражданской службы, юристы «Мемориала» и «Гражданской палаты» первыми в стране выиграли несколько дел по АГС. Дискуссия о проблемах современной российской армии, просмотр и открытое обсуждение фильмов «Дожить до дембеля» и «Мне повестку принесли» позволили одному из участников семинара написать: «Это было окно в реальный мир, я понял, что мои проблемы волнуют и еще кого-то и что я сам могу многим помочь. Кроме того, я теперь знаю, к кому мне обратиться и как писать материал об армии».

*«Для меня все встречи в рамках спецкурса были откровением, а некоторые — просто шоком. К последним относится беседа с Павлом Печенкиным, который представил свой документальный фильм «Чужие дети» и рассказал о том, как он создавался. После этого невозможно остаться прежним. Я резко повзрослела, стала гораздо более ответственной...»*

*Из ответов на вопросы анкеты.*

Фильм «Чужие дети» снимался по заказу областной администрации, и, как сказал его автор, некоторые чиновники отделов образования остались им недовольны. Они-то ожидали, что это будет их самоотчет...

Особенность фильма Печенкина — полное отсутствие авторского текста: говорят и действуют только брошенные дети и руководитель приюта для них. Именно этот прием, лаконичность в использовании художественных средств, и производит сильнейшее впечатление.

Важно и то, что автор продемонстрировал технологию создания незаурядного журналистского произведения. Как взять интервью, как создать атмосферу доверия, как остаться естественным в непростых отношениях, которые складывались в процессе съемки. Это была школа мастера, честно рассказавшего о трудностях и секретах работы кинодокументалиста. Кроме того, я уверена, именно эта встреча стала толчком к инициативе наших студентов — проведению социальной акции «Деревьям — жизнь, детям — учебники!». Такой же школой стал тренинг московского журналиста Бориса Жукова, сотрудника «Еженедельного журнала» и журнала «Русский Newsweek».

*«После встречи с Борисом Жуковым я окончательно убедилась в том, что профессия журналиста требует специализации в тематике. В этом случае журналист работает более эффективно и профессионально. Мне этот тренинг очень помог — и не только в смысле технологии создания материала на социальную тему...»*

*Из ответов на вопросы анкеты.*

Два вечера общения с профессионалом запомнились не только такими афоризмами, как «дождь лоббируют огородники, а заход солнца — те, кто производит лампочки» (это на тему «ниши, кому выгодно!»). Или «журналистика призвана сделать известным всем то, что известно немногим». Или «предметом социальной журналистики является то, что происходит в головах людей».

Жуков говорил даже не только и не столько о ремесле, хотя и об этом тоже, сколько о сути и смысле профессии, о необходимости задавать самому себе бесконечные вопросы «зачем» («Зачем я пишу этот материал?») и «почему» («Почему я использую именно эти аргументы и факты?»). Ряд его мыслей по анализу материалов я записала, по ходу составив небольшую памятку для студентов «Советы от Бориса Жукова».

Например: «Громоздкую фразу раздели на две. А лучше на три», «Не забудь перечитать текст после того, как его напишешь», «Ирония и юмор в материале приветствуются всегда. Только не переборщи!»...

Борис Борисович учил задавать «детские вопросы», избегать «ловушек кажущейся очевидности», ничего не принимать на веру.

*«Встреча с Татьяной Ивановной Марголиной помогла мне по-новому взглянуть на социально ответственный бизнес, на взаимоотношения трех секторов общества. Стало ясно, зачем всем нам это надо, кроме того, обозначились подводные камни, связанные с этим явлением... После этого разговора я стала чаще задумываться над причинно-следственными связями в обществе... Для меня социальное взросление — это осознание того, что человеческая жизнь есть глобальная гиперсвязь. Изменить жизнь к лучшему, хоть ненамного, можно, только надо приложить к этому некоторые усилия. Социальное взросление для меня — способность находить новые решения старых проблем. Еще я поняла, что «социалка» — не та сфера, где можно заработать много денег, зато это пространство, в котором можно реализовать себя. Наша социальная акция это продемонстрировала в полной мере...»*

*Из ответов на вопросы анкеты.*

Трудно переоценить возникшие контакты и связи, в том числе с бывшим вице-губернатором, а ныне Уполномоченным по правам человека в Пермской области Татьяной Марголиной. Кстати, успех нашей социальной акции во многом обусловлен тем, что мы провели ее в содружестве с ней. Марголина помогла своим авторитетом, именем, контактами. Это именно тот случай, когда власть, бизнес и общество выступали как партнеры, единым фронтом.

*«В ходе нашей акции «Деревьям — жизнь, детям — учебники!» я почувствовала себя «социально взрослее». Потому что это было реальное дело, мы ощутили его результаты. Понравилось, что мы сами сумели довести его до конца».*

*«Участие в акции помогло мне понять, что от меня многое зависит. Я научилась брать ответственность на себя без чьих-то указаний. Это было воспитание себя».*

*«Тот опыт, который я получила в ходе организации нашей социальной акции, трудно переоценить. Я научилась разговаривать с официальными лицами, составлять пресс-релиз, контактировать с разными СМИ. Научилась убеждать! Поняла, что ключевое слово в работе журналиста — «ответственность». Перед людьми, перед газетой, перед самим собой».*

*Из ответов на вопросы анкеты.*

Тот, кто хоть раз организовывал акцию, знает, какое это хлопотное и беспокойное дело. Продумать цели и задачи, придумать слоган, договориться о времени и месте, получить разрешение в городской администрации (акция проходила на эспланаде в центре города), провести вместе с НКО «горячую линию» для жителей, чтобы собрать их адреса, договориться с предприятиями, связаться с депутатами и администрацией ООО «Вторресурсы» насчет машин (к слову, эта организация решила принимать макулатуру по цене вдвое выше обычной)... И это — только малая толика того, что было сделано. Руководила инициативной группой староста семинара Наталья Шашмурина, а всего в состав группы входило около двадцати человек. Результаты превзошли все ожидания: за четыре часа акции собрали восемь тонн макулатуры. Окончательные итоги с вручением учебников ребятам из детских домов подвели 30 августа на городской школьной ярмарке.

Врученные средства направили на покупку 400 тетрадей для воспитательной колонии для несовершеннолетних № 2 и учебной литературы для детского дома в селе Пермяково (Осинский район). Организациям города и самому активному жителю Перми на ярмарке вручили благодарственные письма и символическое дерево. Выступая на этой встрече, Уполномоченный по правам человека в Пермской области Татьяна Марголина подчеркнула, что главное, что сумели сделать наши студенты, — это создать атмосферу сотрудничества и довести дело до конца.

Спецкурс по социальной журналистике на отделении журналистики Пермского государственного университета вызвал колоссальный интерес у студентов разных курсов как этого, так и других вузов и специальностей. Благодаря курсу у многих более успешно прошла летняя практика в редакциях, появилось много интересных публикаций, видео- и аудио-программ в электронных СМИ Прикамья. Большой резонанс в обществе и положительную оценку населения, власти и бизнеса получила организованная студентами социальная акция «Деревьям — жизнь, детям — учебники!».

Об акции рассказали многие студенты отделения журналистики, которые проходили практику в печатных и электронных СМИ. А сколько проблем акция высветила! Вот только одна из них — в городе-миллионнике мизерное количество приемных пунктов макулатуры.

А разве не впечатляющий итог: студенты лично убедились, насколько действенной может быть журналистика соучастия? К решению проблемы подключились жители Перми, общественные организации (например, Гильдия добросовестных предприятий Прикамья и пр.), власть в лице Уполномоченного, депутатов Законодательного Собрания, департамента образования и науки областной администрации, комитета по социальной политике, бизнес (ОАО «Уралсвязьинформ», крупнейшее предприятие) и другие.

Но и этот итог не окончательный. Вот что написала одна из наших студенток в анкете:

*«Семинар по социальной журналистике — это было окно в мир действительности. «Матрица» такая. Огромная разница между мироощущением «до» и «после». Я поняла, что в мире кроме меня есть другие люди и что на моих проблемах жизнь не заканчивается. Я встретила людей, которые интересуются другими — теперь я понимаю, какая это редкость... И я теперь больше никогда не скажу: «Меня это не касается!»»*

## ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ КУРСОВ

В данном разделе мы приводим подборку учебных планов, по которым организовывались занятия по курсу «Социальная журналистика» в разных городах. В качестве отправной точки АСИ предложило коллегам из региональных университетов и отделений агентства план занятий, выработанный для первых спецкурсов в МГУ. На их основе, исходя из специфики местных социальных проблем, особенностей некоммерческого сектора, наличия тематических экспертов, студенческих запросов, координаторы создавали свои собственные курсы. Поэтому, несмотря на ряд похожих, повторяющихся в каждом плане тем, курс в каждом городе индивидуален. Читателю же предоставляется возможность провести сравнительный анализ.

### МОСКВА

#### ПЛАН ЗАНЯТИЙ СПЕЦКУРСА «СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА» (февраль — май 2005 года)

*Организаторы:*

Кафедра периодической печати факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Агентство социальной информации

*Продолжительность курса:*

28 часов

*Целевая аудитория:*

студенты третьего-четвертого курсов. Кроме того, АСИ начало проводить занятия для группы абитуриентов из Школы юного журналиста, действующей при журфаке МГУ

*Формы организации занятий:*

лекции экспертов, семинары, тренинги, посещение организаций, профессиональная практика в АСИ

*Координаторы:*

Т. Фролова, кафедра периодической печати факультета журналистики МГУ, доцент, зам. зав. кафедрой

А. Севортьян, Агентство социальной информации, Центр развития демократии и прав человека, руководитель проекта

## Занятие 1

Вводное занятие, представление курса.

*Тема:* Введение в социальную журналистику.

- Определение и предмет социальной журналистики.
- Содержание и специфика курса.

Анкетирование студентов.

*Ведущие:*

*Т. Фролова, кафедра периодической печати факультета журналистики МГУ, доцент, зам. зав. кафедрой*

*А. Севортьян, Агентство социальной информации, руководитель проекта*

## Занятие 2

*Тема:* Социальная сфера как объект журналистского познания и отражения.

- Что входит в понятие «социальная сфера».
- Основные социальные проблемы и социальная ситуация в России.
- Человек как основное явление социальной журналистики.
- Работа журналиста с социальной тематикой.

Анонс практики.

*Ведущая:* Т. Фролова

## Занятие 3

*Тема:* Социальная проблематика в СМИ: основные тенденции.

- Что российские СМИ понимают под социальной тематикой и социальной журналистикой.
- Основные подходы редакций СМИ к освещению социальной темы.
- Современные тенденции в социальной журналистике.
- Личность социального журналиста.

*Ведущая:* Т. Фролова

## Занятие 4

*Тема:* Сектора общества, вовлеченные в социальную деятельность.

- Общество, бизнес, власть — три сектора общества и взаимодействие между ними.
- Диспропорции в социальных отношениях: когда власть перевешивает общество и наоборот.
- Роль прессы в освещении социальных конфликтов и общественных отношений.

*Ведущая:* Т. Фролова

## Занятие 5

*Тема:* Некоммерческие неправительственные организации и гражданское общество.

- Что представляют собой неправительственные организации и чем они занимаются.

- НКО для журналиста: источник информации, источник идей для новых материалов и ценный ресурс поддержки.
  - Специфика освещения тематики НКО и позиция редакторов.
- Ведущая: Т. Фролова*

## Занятие 6

*Тема: Права человека и правозащитная деятельность.*

- Права человека в современной России: общая ситуация и деятельность правозащитников.
- История и современность правозащитного движения.
- Права человека и ситуация в Чечне.
- Работа журналиста в горячих точках.

*Ведущая: Т. Локшина, центр «Демос», Московская Хельсинкская федерация, эксперт по вопросам Чечни*

## Занятие 7

*Тема: Этническая тема и тематика в СМИ.*

- Этнонациональная проблематика и работа журналиста.
- Существуют ли этносы?
- Что такое «язык вражды».
- Стандарты работы с этнической проблематикой.
- Работа в зонах этнических конфликтов.

*Ведущий: А. Верховский, информационно-аналитический Центр «Сова», директор*

## Занятие 8

*Тема: Дети, молодежь и молодежные проблемы.*

- Форматы деятельности молодежных организаций.
- Неформальные молодежные объединения и субкультуры.
- Молодежные акции.
- Журналистика, ориентированная на молодежную аудиторию: законы жанра.

*Ведущая: Е. Шерер, Ассоциация юных лидеров, координатор лидерских программ*

## Занятие 9

*Тема: ВИЧ/СПИД в России.*

- Общая ситуация со здоровьем и ВИЧ/СПИДом.
- Люди, живущие с ВИЧ/СПИДом.
- Журналистика и освещение темы. Мифы и стереотипы.

*Ведущий: А. Левин, Всероссийская сеть снижения вреда, эксперт*

## Занятие 10

*Тема: Профессиональные навыки социального журналиста.*

- Практические навыки работы в профессии.

- Поиск информации и разработка темы.
- Стандарты качественной работы.

*Ведущая: А. Севортьян*

## **Занятие 11**

*Тема: Экологическое движение и охрана природы.*

- Экологическая ситуация в России: главные проблемы.
- Можно ли спасти дикую природу в России?
- Что такое генетически модифицированные организмы и опасно ли употреблять в пищу ГМ-продукты.
- Существуют ли на деле радикальные экологи?
- Экологическая журналистика.

*Ведущая: В. Копейкина, экологический клуб «Эремурус»*

## **Занятие 12**

*Тема: Благотворительность, меценатство, социальная ответственность бизнеса.*

- Кто такой благотворитель и чем занимаются благотворительные фонды.
- Как соотносятся благотворительность, меценатство и пр.
- Зачем бизнесу социальные проекты и какие из них он готов поддерживать.
- Освещение социальной деятельности бизнеса.

*Ведущий: А. Печников, Российское представительство Британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation CAF Россия, директор программ*

## **Занятие 13**

*Тема: Наркозависимость и наркополитика.*

- Понятие наркополитики.
- Наркозависимость и наркотики: как СМИ работать по этой теме.
- Международные подходы к наркополитике и позиция России.

*Ведущий: А. Левин*

## **Занятие 14**

*Зачетное занятие.*

*Ведущие: Т. Фролова, А. Севортьян*

## **БАРНАУЛ**

### **ПЛАН ЗАНЯТИЙ СПЕЦКУРСА «СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО» (февраль – май 2005 года)**

#### *Организаторы:*

Кафедра «Связи с общественностью» экономического факультета Алтайской академии экономики и права  
Агентство социальной информации – Барнаул (АСИ-Барнаул)

#### *Продолжительность курса:*

34 учебных часа

#### *Целевая аудитория:*

студенты первого-четвертого курсов специальности «Связи с общественностью»

#### *Формы организации занятий:*

лекции, семинары, мастер-классы журналистов, пишущих на социальные темы, посещение организаций, встречи и дискуссии с экспертами

#### *Координаторы:*

О. Чернега, заведующая кафедрой «Связи с общественностью»  
С. Канарев, руководитель АСИ-Барнаул

## **Занятие 1**

*Тема:* Представление спецкурса с участием Н. Сохаревой (газета «Алтайская правда») и Л. Рачковской (ГТРК «Алтай»), представителей учебно-методического управления Алтайской академии экономики и права.

- Социальная проблематика в средствах массовой информации: реалии и возможные тенденции.
- Мотивы и задачи социально направленных публикаций.
- Социальная проблематика в газетах, радио-, телепрограммах Алтайского края.
- Функциональный потенциал социальной журналистики. Жанровая палитра социально направленных публикаций.

*4 часа*

## **Занятие 2**

*Тема:* Субъекты социальной сферы России. Представление общероссийской программы «Одаренный учитель – одаренные дети»: итоги и результаты акций и мероприятий 2004 года.

*Встреча с председателем Совета краевого общественно-педагогического движения «Одаренный учитель – одаренный ученик» З. Сбитневой – 2 часа.*

### Занятие 3

*Тема:* Социальное сиротство – острая проблема современной России.

- Социализация детей и молодежи в новой экономической ситуации.
- Проблемы семьи – отражение негативных тенденций развития страны.
- Современный опыт работы с подростками с девиантным поведением.
- Традиционные формы решения проблемы сиротства на государственном уровне: приют, интернат, детский дом.
- Воскресная, патронатная семья – взаимодействие общества и государства.

*Встреча с начальником отдела по работе с семьей и детьми Комитета по социальной защите населения администрации Алтайского края С. Чудовой – 2 часа.*

### Занятие 4

*Тема:* Досуг – самообразование – развитие: предложения и ресурсы государственных структур и общественных организаций. Государственные программы и опыт общественных организаций в предоставлении возможностей для саморазвития, творчества, занятий спортом, здорового, созидательного отдыха.

*Посещение краевого государственного социального учреждения «Мужской кризисный центр». Встреча с заместителем директора Центра, руководителем общественной организации «Мужской разговор» Н. Костенко – 2 часа.*

### Занятие 5

*Тема:* «Недетские» проблемы.

- Юная мама: отношение государства и помощь общества.
- Ребенок-«отказник» – это приговор? Как расти ребенку, от которого «отказались»?
- Возможна ли профилактика беспечности и легкомыслия?

*Встреча с руководителем общественной организации «Мать и дитя» О. Гогой.*

### Занятие 6

*Тема:* Право знать свои права.

- Политика Российской Федерации в сфере правового просвещения подростков и молодежи.
- Правовая и психологическая помощь в сложных (кризисных) жизненных ситуациях.
- Психологические аспекты социальной помощи.

*Встреча с проректором Университета Российской академии образования Г. Семей – 2 часа.*

### Занятие 7

*Тема:* Наркомания как острая социальная болезнь общества.

- Взаимодействие общества и государства в профилактике наркозависимости.

- Традиционные и оригинальные формы и методы профилактики.  
*Встреча с психологом Алтайского отделения Международной ассоциации по борьбе с наркотиками Л. Новиковой – 2 часа.*

## Занятие 8

*Тема: ВИЧ/СПИД – реакция общества, попытки противостояния.*

- Роль средств массовой информации в формировании отношения общества к инфицированным (больным) людям.
- Формы и методы профилактики, популяризация безопасного секса, семейных ценностей, здорового образа жизни.

*Встреча с руководителем общественной организации «Сибирская инициатива» В. Вольновым и руководителем информационного отдела краевого Центра по борьбе со СПИДом М. Егоровой – 2 часа.*

## Занятие 9

*Тема: Жанровые особенности социальной журналистики.*

*Лектор: заведующая кафедрой «Связи с общественностью» экономического факультета Алтайской академии экономики и права О. Чернега*

## Занятие 10

*Тема: Этнический фактор в социальной, политической, экономической жизни России: реалии и отражение в СМИ.*

- Проблемные сферы в области соблюдения прав человека в России: этнические и религиозный аспекты.
- «Язык вражды» в российских СМИ. Особенности работы журналиста в этно-религиозной проблематике.
- Воспитание толерантности и социально ответственной гражданской позиции: роль «этнической» журналистики.

*Мастер-класс эксперта Центра развития демократии и прав человека А. Севортьяна – 2 часа.*

## Занятие 11

*Тема: Экологические проблемы региона.*

- Экологические инициативы и движения как примеры гражданской зрелости и активности.
- Строительство Катунской ГЭС: общественная позиция в конце 80-х годов XX века и в начале XXI века.
- Экологическая информация, экологическая экспертиза, «протестные» формы работы: участие и поддержка СМИ.

*Встреча с сотрудником Института водно-экологических проблем СО РАН В. Кирилловым – 2 часа.*

## Занятие 12

*Тема:* Как дела, ветеран?

- Проблемы старшего поколения.
- Реформы, монетизация: опыт выживания и противостояния.
- Формирование отношения к ветеранам, пожилым людям за счет воздействия СМИ: реалии и возможности.

*Подведение итогов заочного тура журналистского конкурса, проводимого кафедрой «Связи с общественностью» Алтайской академии экономики и права, общественной организацией «Молодые журналисты Алтай», комитетами по печати и делам молодежи Администрации края. Презентация лучших работ — 2 часа.*

## Занятие 13

*Тема:* НГО и СМИ: зарубежный опыт (на материале США, Западной Европы).  
*Мастер-класс профессора Рона Сергеа (Государственный университет штата Луизиана, США) — 2 часа.*

## Занятие 14

*Подведение итогов спецкурса. Задание на лето.*

*Беседа кураторов проекта О. Чернеги и С. Канарева — 4 часа.*

## **МУРМАНСК**

### **СПЕЦКУРСЫ «ЖУРНАЛИСТСКОЕ МАСТЕРСТВО» И «СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА»**

#### *Организаторы:*

Лаборатория социальной журналистики при региональной общественной организации «Мурманская ассоциация журналистов»  
Факультет журналистики Мурманского гуманитарного института

#### *Продолжительность курса:*

30 часов для третьего курса, 22 часа для второго курса

#### *Целевая аудитория:*

студенты второго и третьего курсов факультета журналистики Мурманского гуманитарного института

#### *Формы организации занятий:*

лекции, семинары, встречи с экспертами в аудитории института, встречи с экспертами в офисах общественных объединений, исследование социальной темы на страницах мурманских СМИ и подготовка отчетов, конференция

#### *Координатор:*

Надежда Хлебникова, старший преподаватель факультета журналистики Мурманского гуманитарного института

### **ПЛАН ЗАНЯТИЙ СПЕЦКУРСА «ЖУРНАЛИСТСКОЕ МАСТЕРСТВО» (третий курс, февраль — май 2005 года)**

**Раздел I. «Социальная журналистика и проблемы социального развития в современной России» — 8 часов**

#### **Занятие 1**

Знакомство с проектом, предварительное анкетирование. Предмет и задачи курса, методы обучения. Выбор темы исследований по СМИ Мурманской области.

*Лекция — 2 часа*

#### **Занятие 2**

Проблема типологии СМИ и социальная журналистика. Вклад АСИ в практику и теорию социальной журналистики.

*Лекция — 2 часа*

### **Занятия 3, 4**

Тенденции социального развития в современной России. Социальная политика государства. Социальные проблемы Мурманской области. Встреча с сотрудником администрации области/города. Обсуждение встречи, анализ информации, обмен мнениями. Введение в раздел II.

*Лекция/семинар – 4 часа*

## **Раздел II. «Инновационная деятельность общественных объединений для социального развития» – 12 часов**

### **Занятие 5**

Женское движение в Мурманской области: проблемы домашнего насилия и секс-торговли, взаимодействие с правоохранительными органами.

*Встреча в кризисном центре «Приют» – 2 часа.*

### **Занятие 6**

Динамика правозащитного движения в Мурманской области. Тема прав человека в контексте социальных и экономических проблем региона.

*Встреча в Комитете солдатских матерей – 2 часа.*

### **Занятие 7**

Экологическое и антиядерное общественное движение Мурманской области, проблемы нефтегазового сектора. Сотрудничество НКО Баренц-региона.

*Встреча в НКО «Беллона-Мурманск – 2 часа.*

### **Занятие 8**

Медико-социальные проблемы в Мурманской области. Деятельность Мурманского отделения общества Красного Креста.

*Встреча в обществе Красного Креста – 2 часа.*

### **Занятие 9**

Социально-психологические проблемы детей. Сотрудничество НКО Баренц-региона.

*Встреча в НКО «Спасите детей» – 2 часа.*

### **Занятие 10**

Обсуждение встреч, анализ полученной информации, обмен мнениями. Сдача и обсуждение первого варианта исследований по избранной теме в СМИ. Введение в раздел III.

*Семинар – 4 часа*

**Раздел III. «Деятельность учреждений из разных сфер: социальное развитие города и добровольный вклад в развитие местного сообщества. Социальная ответственность бизнеса» – 4 часа**

### **Занятие 11**

Благотворительность бизнеса. Корпоративная социальная ответственность.  
*Встреча в офисе корпоративного бизнеса – 2 часа.*

### **Занятие 12**

Обсуждение встречи, анализ полученной информации, обмен мнениями. Сдача исследований по избранной теме в СМИ. Введение в раздел IV.  
*Семинар – 2 часа*

**Раздел IV. «Освещение социальных тем в СМИ Мурманской области» – 6 часов**

### **Занятия 13, 14**

Социальные темы в мурманских СМИ. Подготовка к конференции.  
*Семинар – 3 часа*

### **Конференция**

*3 часа*

# НИЖНИЙ НОВГОРОД

## ПЛАН ЗАНЯТИЙ СПЕЦКУРСА «СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА» (март – июнь 2005 года)

### *Организаторы:*

Кафедра журналистики филологического факультета Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского  
Агентство социальной информации – Нижний Новгород

### *Продолжительность курса:*

34 учебных часа

### *Целевая аудитория:*

студенты четвертого курса дневного и заочного отделений

### *Формы организации занятий:*

лекции, практические семинары

### *Региональные координаторы:*

С. Кедяркин, старший преподаватель кафедры журналистики

О. Тажирова, руководитель АСИ-Нижний Новгород

А. Балашова, директор по развитию НАННО «Служение», редактор газеты «Служение»

## Занятие 1

*Тема:* Социальная сфера как объект журналистского познания и отражения.

- Состояние социальной сферы и направления государственной социальной политики.
- Актуальные социальные проблемы российского общества.

## Занятие 2

*Тема:* Особенности отражения социальной проблематики в центральных и региональных СМИ.

- Понятие социальной информации.
- Своеобразие социальной журналистики. Тенденции роста.
- Основные сектора общества, вовлеченные в социальную деятельность.

## Занятие 3

*Тема:* Социальные программы региона. Инновационная деятельность общественных объединений, учреждений и организаций.

## Занятие 4

*Тема:* Специфика правозащитной деятельности в современных условиях. Поддержка демократических законов и противостояние нарушениям законодательства.

## **Занятие 5**

*Тема:* Актуальные социальные проблемы российского общества. Экологическое движение.

## **Занятие 6**

*Тема:* Проблемы семьи и детства. Проблема социализации детей и подростков в новой социально-экономической реальности.

## **Занятие 7**

*Тема:* Проблема охраны здоровья. Наркомания.

## **ПЕНЗА**

### **ПЛАН ЗАНЯТИЙ СТУДИИ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

*Организаторы:*

Институт государственной службы и управления Пензенского государственного университета

Агентство социальной информации – Пенза (АСИ-Пенза)

*Продолжительность курса:*

один семестр

*Целевая аудитория:*

студенты вузов города

*Формы организации занятий:*

лекции, экскурсии в организации

*Координаторы:*

Е. Чекайкина, корреспондент АСИ-Пенза

О. Шарипков, исполнительный директор фонда местного сообщества «Гражданский Союз»

#### **I. Общие проблемы. Вводный теоретический курс**

Социальная сфера как объект журналистского познания и отражения. Сектора общества, вовлеченные в социальную деятельность

Тенденции развития социальной сферы, особенности социальной политики последнего десятилетия. Социальный кризис и пути его преодоления. Субъекты социальной деятельности. Социальная проблематика в СМИ: тенденции роста. Обзор изданных АСИ публикаций социального направления. Межсекторное взаимодействие. Третий сектор. Типология некоммерческих организаций.

*Лекторы:*

О. Шарипков, исполнительный директор фонда местного сообщества «Гражданский Союз»

Е. Чекайкина, корреспондент АСИ-Пенза

#### **II. Актуальная социальная проблематика**

(лекции на кафедре журналистики с участием привлеченных экспертов, посещение организаций, участие в мероприятиях)

##### **1. Самоуправление**

Формы самоорганизации граждан для решения собственных проблем, для реального участия населения в управлении муниципальным образованием. Ре-

формирование ЖКХ, задержки зарплат, контроль градостроительных решений, система социального обслуживания.

*Лекторы:*

*В. Камелин, заместитель председателя Некоммерческого партнерства «Центр развития предпринимательства»*

*С. Герасимов, директор Некоммерческого партнерства «Союз ТСЖ»*

*В. Власова, ведущий специалист отдела по работе с административными органами и общественными организациями*

## **2. Люди с ограниченными физическими возможностями**

Роль общественных организаций в формировании «общества без барьеров». Переговорные площадки с властью. Акции по строительству специальных приспособлений в городах России. Социальная адаптация инвалидов. Интеграционные детские лагеря.

*Лектор: А. Избасаров, руководитель Пензенской городской общественной организации «Бригантина Надежды»*

## **3. Здравоохранение. Психическое здоровье**

Общие тенденции развития сферы здравоохранения. «Социальные болезни» общества: наркомания, ВИЧ/СПИД, туберкулез и др. Общественные кампании по профилактике ВИЧ/СПИДа. Тема психического здоровья общества. Рост негативных тенденций и пути их преодоления. Проблемы детских и подростковых суицидов, неврологические патологии школьников. «Экзистенциальный вакуум» в современной России — что могут общественные организации.

*Лекторы:*

*С. Олейник, руководитель Общественного фонда «АнтиСПИД»*

*В. Жирнов, журналист 22 телеканала*

## **4. Семья и детство. Молодежь**

Проблема социализации детей и подростков в новой социально-экономической реальности. Потенциал гражданского общества. Актуальная «кризисная проблематика»: социальное сиротство, вовлеченность детей в преступную деятельность, разрыв поколений и др. Нарушение прав ребенка. Инициативы молодежи по решению актуальных общественных проблем.

*Экскурсия: Т. Макеенко, Пензенское отделение Общероссийского общественного фонда «Российский Детский Фонд», руководитель*

*Экскурсия: Н. Голякова, Пензенское отделение Российской общественной организации «Союз социальной защиты детей», председатель Правления*

## **5. Благотворительность и социальная ответственность бизнеса**

Исторические истоки благотворительности. Виды благотворительности. Выражение социальной ответственности. Основные проблемы. Законодательное обеспечение. Направления социальных программ НКО и бизнеса.

*Посещение компании «Мегаполис»*

## **6. Благотворительность в России. Развитие территорий**

Благотворительность в России. Фонды местных сообществ. Местное самоуправление и гражданское участие. Обучение специалистов третьего сектора. Технологии реализации социальных проектов.

*Лектор: Л. Аврорина, руководитель программ Российского представительства Британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation CAF Россия*

## **7. Благотворительность и финансирование деятельности НКО**

Источники финансирования НКО. Механизмы работы фондов разного типа. Механизм благотворительной деятельности. Грантовая деятельность, частные пожертвования, коммерческая деятельность НКО. Мифы и реальность о финансировании НКО.

*Лектор: О. Шарипов*

## **8. Экологическое движение**

Актуальные экологические проблемы. Общественное экологическое движение как яркий пример гражданской активности в РФ. Доступ граждан к экологической информации. Эффективность «протестной работы». Экологическое образование для школьников. Проблемы особо охраняемых природных территорий (ООПТ).

*Лектор: В. Панкратов, руководитель Пензенской общественной организации Международного Зеленого креста*

## **9. Защита культуры**

Проблема культуры в современном обществе. Зарождение движения в защиту культуры. Распространение движения в защиту культуры в разных городах России и в мире. Объекты защиты. Результаты деятельности.

*Лектор: Л. Суркова, председатель Рериховского общества, представитель Лиги защиты культуры*

## **10. Мастер-класс главного редактора 22 телеканала**

Развитие и работа телевидения в России и Пензе. Целевые аудитории и ниши телеканалов. Социальная направленность как ноу-хау на местном медиарынке. Возможности освещения социальной сферы. Карьера социального журналиста.

*Лектор: И. Левова, главный редактор 22 телеканала*

## **II. Технология создания социального материала**

Аудитории социального материала. Социальный материал как сфера интересов широкой аудитории. Источники информации. Интервью как способ сбора информации. Особенности подготовки радиоматериала.

*Лектор: А. Киселева, обозреватель Федеральной государственной радиокomпании «Радио России»*

## **III. Технология создания социальных новостей (факультатив на базе АСИ)**

*Ведущая: Е. Чекайкина*

## **ПЕРМЬ**

### **СПЕЦКУРС «СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА» (первый и второй семестры, 2005 год)**

#### *Организаторы:*

Кафедра журналистики филологического факультета Пермского государственного университета

Агентство социальной информации – Пермь (АСИ-Пермь)

#### *Продолжительность курса:*

40 учебных часов (первый семестр), 20 учебных часов (второй семестр)

#### *Целевая аудитория:*

● студенты первых-пятых курсов специальности «Журналистика»;

● студенты четвертого курса специальности «Журналистика»

(в 2005 учебном году спецкурс по социальной журналистике для студентов первого-пятого курсов был организован в рамках проекта «Социальная журналистика гражданского общества»; параллельно ему уже третий год, с 2003 г., идет спецкурс по социальной журналистике для студентов четвертого курса по учебному плану)

#### *Формы организации занятий:*

лекции, посещение организаций, участие в мероприятиях для прессы, практические семинары, мастер-классы, практика в АСИ-Пермь. Занятия проходят раз в неделю по 2 часа

#### *Региональные координаторы:*

Т. Черепанова, преподаватель кафедры журналистики Пермского государственного университета, главный редактор форум-газеты для предпринимателей Пермского края «Деловое Прикамье»

М. Горбунова, корреспондент АСИ-Пермь

## **Программа занятий первого семестра**

### **Занятие 1**

*Тема:* Презентация проекта.

*Ведущие:* Т. Черепанова, преподаватель кафедры журналистики филологического факультета ПГУ, главный редактор областной форум-газеты «Деловое Прикамье»

*В. Абашев, заведующий кафедрой журналистики филологического факультета ПГУ*

*Б. Кондаков, декан филологического факультета ПГУ*

*В. Вьюжанин, директор Уральского центра поддержки НГО*

## **Занятие 2**

*Тема:* Отношения СМИ и власти в России. Существующие взгляды на социальную журналистику.

*Ведущая:* Т. Черепанова

## **Занятие 3**

*Тема:* Правозащитная деятельность пермского «Мемориала» (защита прав репрессированных, детей, кампания против закона о монетизации льгот и др.).

*Ведущий:* А. Калих, председатель Пермского областного отделения общества «Мемориал»

## **Занятие 4**

*Тема:* Проблемы современной российской армии. Просмотр и обсуждение фильмов «Дожить до дембеля» и «Мне повестку принесли».

*Ведущий:* В. Гладких, менеджер проекта «За демократическую альтернативную гражданскую службу» Центра поддержки демократических молодежных инициатив

## **Занятие 5**

*Тема:* Социально ответственный бизнес.

*Ведущая:* Т. Марголина, Уполномоченный по правам человека Пермской области, зав. кафедрой социальной работы ПГУ

## **Занятие 6**

*Тема:* Социальная фотожурналистика. Посещение выставки А. Полякова «На обочине».

*Ведущий:* А. Поляков, социальный фотохудожник из г. Кунгура Пермской области

## **Занятие 7**

*Тема:* Работа журналистской организации в Перми, актуальные проблемы пермской журналистики.

*Ведущий:* В. Мосеев, председатель Пермского отделения Союза журналистов России

## **Занятие 8**

*Тема:* Социальная журналистика: о чем, зачем, для кого?

*Ведущие:* Т. Черепанова

М. Горбунова, координатор проекта «Социальная журналистика гражданского общества», АСИ-Пермь

## **Занятие 9**

*Тема:* Решение проблемы беспризорных детей с помощью документального кино. Просмотр и обсуждение фильма «Чужие дети» киностудии «Новый курс».

*Ведущий:* П. Печенкин, руководитель киностудии «Новый курс»

## **Занятие 10**

*Тема:* Куда движется социальная политика Пермской области? Проблемы и перспективы.

*Ведущий:* П. Блусь, начальник отдела социальной политики администрации Пермской области

## **Занятие 11**

*Тема:* Литературно-культурные проекты Пермского общественного фонда культуры «Юрятин».

*Ведущий:* В. Абашев, директор фонда «Юрятин», заведующий кафедрой журналистики филологического факультета ПГУ

## **Занятие 12**

Консультации по публикациям студентов.

*Ведущий:* Б. Жуков, обозреватель «Еженедельного журнала» (Москва)

## **Занятие 13**

Семинар-тренинг «Технология создания материала на социальную тему (сбор материала, источники, композиция и др.)».

*Ведущий:* Б. Жуков

## **Занятие 14**

Поездка студентов в Мемориальный центр истории политических репрессий «Пермь-36».

*Ведущая:* Т. Курсина, исполнительный директор Мемориального центра истории политических репрессий «Пермь-36»

## **Занятие 15**

*Тема:* Выбор сюжета. Источники. Рассказ о наиболее частых ошибках начинающих журналистов.

*Ведущие:* Т. Черепанова, М. Горбунова

## **Занятие 16**

Установка на летнюю практику. Распределение.

*Ведущие:* Т. Черепанова, М. Горбунова

## **Занятие 17**

Консультации студентов по написанию материалов во время практики.

*Ведущая: Т. Черепанова*

## **Занятие 18**

Консультации студентов.

*Ведущая: Т. Черепанова*

## **Занятие 19**

Разработка социальной акции «Деревьям – жизнь, детям – учебники!»: цели, задачи, график проведения акции и др.

*Ведущие: Н. Шашмурина, студентка четвертого курса (главный инициатор акции)  
М. Горбунова, Т. Черепанова*

## **Занятие 20**

Разработка акции «Деревьям – жизнь, детям – учебники!».

*Ведущие: Н. Шашмурина, Т. Черепанова*

## **Июль-август**

Проведение акции, консультации по практике каждый четверг в 16.00 в редакции газеты «Деловое Прикамье».

*Ведущая: Т. Черепанова*

## **Программа занятий второго семестра**

### **Занятие 1**

Итоги проведения социальной акции «Деревьям – жизнь, детям – учебники!». Рассказ о поездке в колонию для несовершеннолетних.

*Ведущие: Н. Шашмурина, М. Русак, А. Лучников, Д. Акулов и др. студенты*

### **Занятие 2**

Подведение результатов летней практики, планы на второй семестр.

*Ведущие: Т. Черепанова, М. Горбунова*

### **Занятие 3**

*Тема: Газета для людей за колючей проволокой. Проблемы подачи материала.*

*Ведущие: А. Игнатъев, главный редактор газеты для осужденных «Преступление и наказание»*

*М. Игнатьева, корреспондент газеты (издание ГУИН Пермской области)*

## **Занятие 4**

*Тема:* Региональная программа «Жилье для молодой семьи». Социальная ситуация в Прикамье.

Посещение Комитета по молодежной политике администрации Пермской области.

*Ведущая:* Н. Кочурова, председатель Комитета по молодежной политике администрации Пермской области

## **Занятие 5**

*Тема:* Решение социальных проблем в Прикамье протестными методами. Деятельность «Анархо-экологического сопротивления».

*Ведущий:* Р. Юшков, лидер анархо-экологического движения, главный редактор правозащитной газеты «Личное дело»

## **Занятие 6**

Мастер-класс по журналистскому мастерству.

*Ведущий:* М. Левин, главный редактор областного радио

## **Занятие 7**

Мастер-класс по журналистскому мастерству.

*Ведущая:* Н. Семенова, обозреватель отдела социальных проблем областной независимой газеты «Звезда»

## **Занятие 8**

Результаты и впечатления от поездки на итоговую конференцию по проекту «Социальная журналистика гражданского общества» в Москве.

*Ведущие:* Т. Черепанова

*Н. Шашмурина, М. Русак, А. Лучников, студенты.*

## **Занятие 9**

Мастер-класс по журналистскому мастерству.

*Ведущая:* Т. Черепанова

## **Занятие 10**

Итоговое занятие, вручение сертификатов.

*Ведущие:* Т. Черепанова, М. Горбунова

## УЛЬЯНОВСК

### ПЛАН СПЕЦКУРСА «СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА» (сентябрь — декабрь 2005 года)

#### *Организатор:*

Агентство социальной информации — Ульяновск (АСИ-Ульяновск) совместно с факультетом культуры и искусства и филологическим факультетом Ульяновского государственного университета и гуманитарным факультетом Ульяновского государственного технического университета

#### *Продолжительность курса:*

39 часов (13 занятий по 3 академических часа каждое)

#### *Целевая аудитория:*

студенты вторых-четвертых курсов ульяновских вузов (специальности «Журналистика», «Связи с общественностью»)

#### *Формы организации занятий:*

лекции, посещения организаций, участие в мероприятиях для прессы, практические семинары в АСИ-Ульяновск

#### *Координатор:*

Е. Женжеруха, руководитель АСИ-Ульяновск, директор некоммерческой организации «Региональный информационно-ресурсный фонд»

### Занятие 1

*Тема:* О проекте «Социальная журналистика гражданского общества».

Введение в курс «Социальная журналистика».

Анкетирование студентов.

*Эксперты:* Т. Сергеева, помощник губернатора Ульяновской области, председатель Совета при губернаторе по правам человека и содействию развитию институтов гражданского общества

О. Самарцев, заведующий кафедрой журналистики УлГУ

### Занятие 2

*Тема:* Здравоохранение. «Социальные болезни». СПИД.

● «Социальные болезни»: наркомания, ВИЧ/СПИД.

● Презентация проекта Европейского Союза «Профилактика и борьба с ВИЧ/СПИДом, Фаза 1, Российская Федерация».

*Эксперты:* М. Касабян, координатор проекта Европейского Союза «Профилактика и борьба с ВИЧ/СПИДом, Фаза 1, Российская Федерация»

Т. Дикарева, группа волонтеров «Равный — равному»

### **Занятие 3**

Мастер-класс «Решение социальных проблем с применением технологий гражданской журналистики».

*Эксперт: С. Гогин, независимый журналист*

### **Занятие 4**

*Тема: Концепция трех секторов общества. Некоммерческие организации и добровольчество. Современные технологии решения социальных проблем.*

*Эксперты: Е. Женжеруха, директор некоммерческой организации «Региональный информационно-ресурсный фонд»*

*М. Узалукова, директор Центра развития местных сообществ и добровольческих инициатив «Помоги советом»*

### **Занятие 5**

Посещение мероприятий:

- Фестиваля педагогических отрядов (Ассоциация учащейся молодежи),
- Круглого стола по ФЗ о местном самоуправлении (Центр «Помоги советом»).

### **Занятие 6**

*Тема: Механизмы социального партнерства. Взаимодействие НКО и власти.*

*Эксперт: О. Куракина, председатель комитета по молодежной политике администрации Ульяновской области*

### **Занятие 7**

Посещение мероприятий:

- Областной слет волонтерского движения «Равный обучает равного» (проект ЕС «Профилактика и борьба с ВИЧ/СПИДом, Фаза I, Российская Федерация» в Ульяновске), организация работы пресс-центра мероприятия силами студентов-журналистов.

### **Занятие 8**

*Тема: Механизмы социального партнерства. Взаимодействие НКО и бизнеса.*

*Эксперты: А. Луконин, председатель Ульяновского отделения Российского союза молодежи,*

*Т. Задорожня, обозреватель журнала «Деловое обозрение»*

### **Занятие 9**

Мастер-класс.

*Эксперт: Е. Слюняев, журналист ГТРК «Волга»*

## Занятие 10

*Тема:* Семейная политика. Дети.

- Проблема социализации детей и подростков в новой социально-экономической реальности.
- Актуальная «кризисная проблематика»: социальное сиротство, вовлеченность детей в преступную деятельность и др.

*Эксперты:* Л. Миронова, директор Центра социально-психологической помощи семье, председатель общественной организации «Луч надежды»

А. Царев, председатель Ульяновского отделения Детского Фонда

## Занятие 11

*Тема:* Социальные проекты в образовательной среде.

- Роль гражданских инициатив в разработке концепции образования.
- Возможность общественных инициатив в условиях кризиса финансирования образовательных учреждений и реформы образования.
- Привлечение бизнес-структур к финансированию образовательных программ школ и вузов. Развитие системы попечительских советов.
- Школы как центры местного сообщества.

*Эксперты:* С. Кузьмин, заместитель председателя Ульяновской Городской Думы, председатель Ассоциации учащейся молодежи

Л. Сафонова, начальник отдела управления образования администрации Ульяновской области, региональный координатор образовательной программы «Новая цивилизация»

## Занятие 12

*Темы:* Правозащитная деятельность.

- Наиболее острые правозащитные проблемы в ульяновском регионе.
- Особенности правозащитной деятельности в современных условиях: кампании в поддержку демократических законов и против законотворческих инициатив, нарушающих Конституцию.
- Проекты в области правового просвещения.
- Представление интересов граждан в суде.
- Ситуация вокруг закона об альтернативной гражданской службе.
- Участие граждан в местном самоуправлении.

- Формы самоорганизации граждан для решения собственных проблем, для реального участия населения в управлении муниципальным образованием.
- Реформирование ЖКХ, общественный контроль ЖКХ.

*Эксперты:* А. Максимов, председатель Ульяновской городской избирательной комиссии, член координационного совета по правам человека при полномочном представителе Президента в ПФО С.В. Кириенко, председатель совета правозащитной организации «Гарантия»

А. Брагин, председатель экологической организации «Зеленое яблоко», координатор проектов в области АГС

## **Занятие 13**

*Тема: Социальные проекты в сфере культуры.*

*Эксперты: Т. Ившина, начальник Управления культуры администрации Ульяновской области*

*В. Перфилов, директор Историко-культурного центра им. Ленина, председатель общественной организации «Знание»*

## **Занятие 14**

**Подведение итогов проекта.**

# **МАТЕРИАЛЫ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ ВСТРЕЧИ ПО ПРОЕКТУ «СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА» (Москва, 9-10 ноября 2005 г.)**

## *Организатор:*

Агентство социальной информации при поддержке Фонда Дмитрия Зимина «Династия»

## *Цель встречи:*

обсудить результаты эксперимента по введению курсов социальной журналистики в профильных региональных вузах, проанализировать опыт участников проекта, наметить новые планы в сфере социальной журналистики.

## *Участники:*

координаторы и кураторы курсов социальной журналистики в профильных вузах Барнаула, Москвы, Мурманска, Нижнего Новгорода, Пензы, Перми и Ульяновска, лучшие студенты из всех регионов – участников проекта, приглашенные эксперты.

## **ПРОГРАММА ВСТРЕЧИ**

### **9 ноября**

#### **Приветствие, открытие встречи**

Тополева Елена Андреевна, директор Агентства социальной информации

#### **Презентация и резюме проекта**

Севортьян Анна Рустемовна, руководитель проекта «Социальная журналистика гражданского общества»

#### **Устные отчеты – представления курса в регионах**

#### **Главные успехи и проблемы нынешних курсов. Общая дискуссия**

Тополева Елена Андреевна, директор Агентства социальной информации

#### **Подготовка итоговых финансовых и содержательных отчетов**

Севортьян Анна Рустемовна, руководитель проекта «Социальная журналистика гражданского общества», Артамонова Татьяна Ивановна, бухгалтер проекта, Проппер Марья Георгиевна, менеджер АСИ по связям с общественностью

### **Мастер-класс для преподавателей**

#### **Место, роль и будущее социальной журналистики**

Фролова Татьяна Ивановна, доцент, заместитель заведующего кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

### **Мастер-класс для преподавателей**

#### **Методы преподавания и практические аспекты социальной журналистики**

Шароградская Анна Аркадьевна, директор Института региональной прессы (Санкт-Петербург)

**Перспективы развития курса в 2006-2007 годах. Сотрудничество с Фондом «Династия» и другими организациями. Выработка рабочих планов, обсуждение нового проекта**

Тополева Елена Андреевна, директор Агентства социальной информации

Подведение итогов. Закрытие

## **10 ноября**

### **Приветствие, открытие встречи**

Севортьян Анна Рустемовна, руководитель проекта «Социальная журналистика гражданского общества»

### **Гражданское общество и журналист: Россия, XXI век**

Тополева Елена Андреевна, директор Агентства социальной информации

### **Социальная журналистика сегодня. Последние тенденции в мире СМИ. Минилекция**

Фролова Татьяна Ивановна, доцент, заместитель заведующего кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Ответы на вопросы. Дискуссия

### **Авторский мастер-класс по журналистскому мастерству**

Панюшкин Валерий Валерьевич, специальный корреспондент газеты «Коммерсант», обозреватель сайта Газета.ру

**Заключительная дискуссия с участием студентов и преподавателей. Подведение итогов проекта. Выступление представителя Фонда Дмитрия Зимина «Династия». Вручение сертификатов и подарков студентам**

### **Закрытие**

## ЭКСКУРСИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ, УЧАСТНИКОВ ВСТРЕЧИ

Экскурсии были организованы для студентов вузов, наиболее активных участников проекта «Социальная журналистика гражданского общества» из Барнаула, Москвы, Мурманска, Нижнего Новгорода, Пензы, Перми, Ульяновска.

Студенты посетили следующие организации и редакции:

- СПИД Фонд Восток-Запад (AFEW)
- Агентство социальной информации (АСИ)
- «Российская газета»
- РИА «Новости»
- Центр экстремальной журналистики

По окончании экскурсий студентам было предложено ответить на три вопроса:

1. Ваши впечатления от посещения организаций и редакций.
2. Что оказалось наиболее интересным лично для вас (редакция, организация, человек...).
3. Какие идеи, наблюдения появились у вас по итогам дня.

## ОТЗЫВЫ СТУДЕНТОВ ОБ ЭКСКУРСИЯХ

1. Моя первая Москва!!! Уже этого достаточно, чтобы ощутить себя счастливой. Но, к счастью, не только мое туристическое любопытство было удовлетворено совершенно, но и журналистский интерес.

2. СПИД Фонд Восток-Запад, АСИ... — все было ново, необычно. Я даже и не подозревала, что существуют такие организации, как Центр экстремальной журналистики. Нансильнейшее впечатление производит РИА «Новости»: шикарный офис, современное оборудование. А вот люди везде — приветливые, интересные, равнодушные. Интересно было все!

3. Главная мысль, которая меня не покидает до сих пор: если есть желание, трудолюбие, талант и любопытство, для журналиста нет границ и препятствий. Я думаю, что и в «РГ» и в РИА «Новости» можно попасть на работу и провинциальной девчонке. Огромное спасибо организаторам встречи в Москве.

1. Я в восторге от встреч и общения с людьми, с которыми мне довелось познакомиться вчера. Кроме сугубо личных впечатлений от разговора с успешными, увлеченными, профессионалами журналистики (и др. профессий) — появилась масса мыслей, аналогий с родным городом, сравнений разного рода. Ясно одно — день удался, принес множество полезной информации, непосредственно звучавшей из уст специалистов и в виде презентованных источников.

2. Огромное впечатление произвела редакция «Российской газеты». Колоссальная суперупорядоченная машина. Сплоченный профессиональный коллектив. Ценные советы заместителя редактора.

3. Наблюдения связаны со СПИД Фондом Восток-Запад. Появилась аналогия со своим городом, сравнения и выводы о том, что у нас сделано на данном этапе, что еще предстоит сделать.

1. Эмоции были разные, впечатления самые запоминающиеся. Самое яркое впечатление от «Российской газеты».

2. Выделить что-то наиболее интересное трудно. Лично для меня все встречи были яркими. Особенный интерес вызвало посещение «Российской газеты», встреча с редакторами, руководителем отдела «Общество». Они делились опытом, рассказали о газете и о журналистике в целом.

3. Во время экскурсии возникли самые разные идеи, над которыми нужно поработать и осуществить. Особенно по экстремальной журналистике.

1. Как это ни банально звучит, мне понравились все организации и редакции, которые я посетила. Экскурсии произвели огромное впечатление на меня как на провинциального человека. Поразила масштабность, организованность, престижность, гостеприимность.

2. Все, принимавшие нас, произвели благоприятное впечатление. Каждый по-своему интересен и индивидуален, впрочем, как и любой другой творческий человек. Представители организаций и редакций доступно ответили на все интересующие нас вопросы.

3. Идей множество. Но главное — экскурсии утвердили еще большее желание работы в журналистике, желание работать в этих организациях и редакциях.

1. Я убедилась, что моей будущей профессией непременно должна стать журналистика. Я считаю, что это наиболее благородное, ценное занятие. Посредством слова можно воздействовать и управлять людьми. Мне было очень интересно узнать, как взаимодействуют люди в редакциях — в творческой мастерской, которая является обителью идей и впечатлений: это потрясающе. Нас очень хорошо везде приняли.

2. Больше всего меня поразило Российское информационное агентство «Новости». Я увидела там яркую, динамичную жизнь, настоящую творческую мастерскую. Побывав там, я поняла, что это очень ответственное, серьезное, а главное полезное и необходимое для общества занятие — журналистика. Я пообщалась с сотрудниками РИА «Новости», что было очень для меня полезно.

3. Я захотела побыстрее устроиться на интересную работу, где могла бы реализовать свой творческий потенциал. А еще было бы очень интересно преподавать и передавать свои знания другим, более молодым ребятам. Это правильно — организовывать такие мероприятия. И я решила посетить все существующие в нашем городе редакции.

1. Следовало больше внимания уделить посещению СПИД Фонда Восток-Запад и Центра экстремальной журналистики.

2. Самая интересная экскурсия в РИА «Новости». Жаль, не хватило времени для более плодотворного разговора с Олегом Панфиловым. Немного удивило, что никакой полезной информации от представителей «РГ» я так и не дождался.

3. Идея — организовать представительство Центра экстремальной журналистики в Перми.

1. Вчерашний день был очень насыщенным и динамичным. Осталось ощущение наполненности информацией, эмоциями и впечатлениями. Жаль, что мы были ограничены во времени. Я люблю придерживаться правила «лучше меньше, да лучше». Не хватило немного того, что принято называть погружением. Но в целом мне очень понравилось.

2. Если выстраивать рейтинги, то вот что получается:

- СПИД Фонд Восток-Запад (AFEW) — очень полезная и новая информация;
- Центр экстремальной журналистики — любопытная беседа;
- Агентство социальной информации (АСИ) — полезно;
- РИА «Новости» — интересно, но малоинформативно;
- «Российская газета» — пока не решила для себя...

3. Задумалась над проблемами СПИДа, может быть, займусь этой темой. Почти во всех организациях прозвучали «формулы успеха» — это важно.

1. Москва, конечно, производит впечатление, и плюс те эмоции, которые я получила от посещения всех организаций вчера, произвели бурную реакцию в моей молодой неподготовленной голове. Куча впечатлений от посещения «Российской газеты» и РИА «Новости». Ну и, конечно, особенно понравилось посещение редакции АСИ, жалко только, что было очень мало времени.

2. Для меня был наиболее интересен разговор с пресс-секретарем СПИД Фонда Восток-Запад, потому что эта тема наиболее интересна для меня.

3. Цели — сотрудничество с АСИ и СПИД Фондом Восток-Запад.

1. К сожалению, все на бегу. А ведь каждое издательство — это целый мир. И чтобы в этот мир вникнуть, нужно побыть внутри рабочей жизни хотя бы день.

2. «Российская газета» — это теплая, практически домашняя атмосфера. Это огромное рабочее помещение. Это какое-то чувство стабильности и уверенности.

3. По стенам узких коридоров с множеством дверей развешаны картины. Пейзажи, экзотические рыбы, маленький мальчик под дождем. Контраст кабинетного коридора и свободы.

1. Впечатления очень яркие. Среди всех организаций, в которых мы побывали, особенно запомнился СПИД Фонд Восток-Запад. Желание увидеть работу одной из самых серьезных организаций, работающей в области профилактики ВИЧ/СПИДа, было велико. Можно так сказать, мечта осуществи-

лась. Особенно порадовал пресс-секретарь Фонда Игорь Садреев, представляющий факультет журналистики МГУ.

2. Самым ярким впечатлением было посещение «Российской газеты» в канун Дня ее рождения.

3. Борода директора Центра экстремальной журналистики пышнее, чем я думала.

1. Впечатлений масса. Прежде всего понравилось то радушие, с которым мы были встречены в редакциях. Нам провели интересные и увлекательные экскурсии, рассказали о своей деятельности.

2. Самое яркое впечатление произвело на меня посещение редакции «Российской газеты». Лучшие журналисты издания с удовольствием делились с нами своим опытом, давали советы, отвечали на вопросы. Я считаю, что проводить совместные встречи молодых и матерых журналистов просто необходимо.

3. Меня очень заинтересовала проблема СПИДа, о которой нам рассказали в организации СПИД Фонд Восток-Запад. Думаю, что можно успешно использовать этот опыт в своем городе. Хочется выразить огромную благодарность не только организациям, которые мы посетили, но и нашим экскурсоводам.

1. Вчерашний день был очень ярким и насыщенным. Впечатления остались только положительные. Было очень интересно послушать о работе организаций от людей, которые там работают.

2. Наиболее интересным для меня оказалось посещение организации СПИД Фонд Восток-Запад. Там нам объяснили многие проблемы, связанные с ВИЧ/СПИДом, рассказали, какие меры в связи с этим принимаются. Эта тема особенно актуальна для молодежи, то есть для нас. И мне особенно приятно, что благодаря таким фондам открыт доступ к информации о ВИЧ.

3. По итогам дня я еще раз убедилась в необходимости таких встреч. Во-первых, мне удалось пообщаться с другими студентами, узнать, как проходит образовательный процесс в их вузах, как они поступали в институт, их впечатления о работе журналиста. Во-вторых, было очень интересно посмотреть на работу организаций изнутри, задать сотрудникам интересующие меня вопросы.

1. Во-первых, огромное спасибо за вчерашнее мероприятие. Кроме того, что было безумно интересно, было еще и очень полезно. Я до сих пор нахожусь под впечатлением от работы редакции «Российской газеты», и мне бы хотелось пообщаться с творческими личностями, пишущими стихи, прозу и т.д. (а они там, конечно, есть). А еще у меня возникло желание поработать с недельку (на большее меня пока не хватит) в РИА «Новости», побыть в «шкуре» тележурналиста.

2. Наиболее интересным для меня оказался Ткачев, конечно. На молодежном языке он — «клевый чувак». А еще первоклассный журналист, готовый к сотрудничеству и помощи, а на данном этапе для меня это самое главное.

3. Появилась такая маленькая идейка, которую я уже высказала выше — поработать какое-то время в той редакции, где больше всего понравилось.

1. День был очень насыщенным. Я, честно говоря, не ожидала, что попаду в такие известные редакции, организации, как «Российская газета», РИА «Новости», АСИ и др. Это здорово, что студентам была предоставлена такая редкая возможность. Я считаю, что мне очень повезло.

2. Мне больше всего понравилась редакция «Российской газеты», так как это очень солидное издание, было бы просто здорово работать в нем. Журналист любого направления может найти в газете свое место.

3. Когда я приеду в Ульяновск, то обязательно напишу подробную статью о моей поездке. Мы с АСИ-Ульяновск хотим сделать отчетную газету по поездке в Москву. А кроме этого, может быть, попробую писать какие-то материалы в московские редакции. Спасибо вам за интересно организованное время, эта поездка всем пошла на пользу.

### **Светлая полоса. Специализация «Социальная журналистика»**

М.: Агентство социальной информации, 2004. — 96 с.

В сборник вошли материалы, созданные на основе опыта реализации учебных программ по специализации «Социальная журналистика» на базе двух российских вузов (МГУ им. М.В. Ломоносова и Мурманского гуманитарного института) в сотрудничестве с Агентством социальной информации. Издание предназначено для преподавателей и студентов факультетов журналистики, а также руководителей творческих студий по этой дисциплине.

### **Социальные инициативы российских СМИ**

М.: Агентство социальной информации, 2004. — 28 с.

Социальные инициативы СМИ — проявление гражданской позиции или профессиональная необходимость? В брошюре сделана попытка описать и проанализировать новое явление современной журналистской практики — инициирование и реализация средствами массовой информации социальных проектов. В издании использованы материалы круглого стола, который состоялся на факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова в феврале 2004 года. Организаторами мероприятия выступили Агентство социальной информации и кафедра периодической печати факультета журналистики МГУ. В обсуждении социальных инициатив СМИ приняли участие преподаватели факультетов журналистики российских вузов, журналисты центральных изданий, студенты.

### **Открытие темы. Спецкурс по социальной журналистике**

М.: Агентство социальной информации, 2003. — 40 с.

Брошюра предназначена для студентов и преподавателей и содержит материалы спецкурса по социальной журналистике, пилотные занятия которого прошли на факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова в сентябре — декабре 2002 года. В издании также представлены статьи о современном положении дел в социальной сфере России и участии базовых секторов общества в решении социальных проблем.

### **Фролова Т.И. «Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге». Учебное пособие**

М.: Пульс, 2003. — 44 с.

В работе впервые предпринята попытка целостного исследования одного из наиболее перспективных, но малонисследованных явлений современной российской журналистики в контексте актуальных проблем общественного диалога. В монографии вводится понятие «социальная журналистика», предлагается описание ее предмета, функций, творческого своеобразия, а также обосновыва-

ются различные модификации, обусловленные характером социально-исторической ситуации сегодняшней России. Определены антикризисные задачи современной социальной журналистики. На основе проведенного эмпирического исследования выделены основные тенденции развития социальной журналистики. Объектом критического анализа стали манипулятивность, негативизм, спекуляции и упрощения, сенсационность, некомпетентность, морализаторство. Рассмотрены их причины, проявления и социальные последствия. Исследуется позитивный новый опыт социальной журналистики и возможные механизмы его распространения. Обращение к отдельным типологическим группам изданий (деловой, педагогической и муниципальной прессе) позволило сопоставить группы интересов и динамику реформ, сравнить понимание актуальных социальных проблем обществом в целом и его сегментами.

### **Социальная журналистика. Антология возрождения. Учебное пособие для начинающего социального журналиста**

М.: Центр развития филантропии «Сопричастность», 2002. — 202 с.

Журналисты-практики ведут в книге откровенный разговор о том, что волнует журналистов, пишущих на социальные темы, о чем мечтают будущие мастера этого направления, как можно сделать проблемный материал интересным и актуальным, как, грамотно используя свои права и обязанности, проводить социальные журналистские расследования, что такое «журналистское братство» и профессиональная этика. Книга состоит из четырех частей — «Основы социальной журналистики»; «Мастерская: откровенный разговор»; «Первые шаги, или воспитание чувств»; «Четвертая власть и третий сектор». Издание подготовлено в рамках проекта «Мастер-класс — дорога в вузы», который осуществлялся в шести регионах России: Архангельской, Московской, Мурманской, Пермской, Тюменской областях и Алтайском крае.

### **НКО и СМИ. Мостик через пропасть. Практическое пособие для некоммерческих организаций**

М.: Агентство социальной информации, 2002. — 228 с.

Книга издана в рамках проекта «Российские СМИ и НКО: мостик через пропасть», цель которого — преодолеть барьер непонимания между журналистами и некоммерческими организациями. В книге собраны материалы по подготовке и проведению информационных кампаний в СМИ, организации мероприятий с участием журналистов, подготовке и распространению информационных материалов. В книге также представлены мнения журналистов о некоммерческих организациях.

### **Общественная журналистика в России. Опыт региональных компаний**

М.: ИД «Красная площадь», 2002. — 76 с.

Пособие создано АНО «Интерньюс» в рамках проекта «Усиление влияния СМИ в местных сообществах». Основной идеей проекта было проверить гипоте-

зу: журналистика способна не только ставить проблему, она способна также ее решать. А главное — нести ответственность за результат. Цель издания — рассказать о «гражданских» проектах региональных телекомпаний, реализация которых уже закончена или приближается к завершению, найти закономерности их выполнения, проанализировать результаты и обобщить способы их достижения.

### **Бережная М.А. Социальная тележурналистика. Учебно-методическое пособие**

СПб.: Роза мира, 2005. — 217 с.

В данной работе впервые определена комплексная специфика социальной журналистики как особого тематического направления, рассматриваются особенности подачи социальной информации на телевидении, определены профессиональные требования к журналисту, освещающему социальные проблемы, представлена методика анализа социальных материалов. Пособие содержит лекционный материал к спецкурсу «Социальная тележурналистика», а также методические материалы к спецсеминару «Телевидение и социальная помощь», в которые включены интервью автора пособия с практиками социальной журналистики и социальной работы. Предназначено для студентов отделений журналистики, магистрантов, а также журналистов, которые специализируются на освещении проблем социальной сферы и заинтересованы в изучении современного состояния и возможностей социальной тележурналистики.

### **Чрезвычайная ситуация на страницах газет: сенсация или социальная проблема? (По следам события)**

Ред.: С.К. Шайхитдинова. — Казань: Мастер Лайн, 2002.

В сборник вошли материалы одноименного семинара, состоявшегося в Казани в марте 2002 года. Участники семинара стремились выяснить, на каких этапах сбора сведений для СМИ происходит искажение документальной основы происшествия, как избежать домысла и расширить предмет журналистского исследования до масштабов социальной проблемы. В ходе межпрофессиональных дискуссий была осуществлена попытка выстроить модель социально ответственного поведения журналиста и потенциальных источников информации при освещении чрезвычайных ситуаций. В сборник вошли также некоторые газетные публикации, посвященные чрезвычайному событию. Завершается сборник документами, которые знакомят с профессионально-этическими стандартами поведения журналиста, в том числе в условиях чрезвычайной ситуации.

### **Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития. Материалы научно-практической конференции**

М.: 2004. — 317 с.

Сборник включает тексты, представленные участниками научно-практической конференции «Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития». Содержание издания охватывает проблематику, характерную для процессов глобализации мирового информационного пространства, становления ин-

формационного общества, рыночной экономики, правового государства в России и странах СНГ. Исследуется влияние этих и других процессов на систему средств массовой информации, в том числе активно используемое в журналистской среде понятие «социальная журналистика» (Т.И. Фролова «От «социалки» – к «социальной журналистике»: о проблеме научной легитимности понятия»).

### **Севертъян А.Р., Шароградская А.А. Освещение этнического многообразия. Пособие для факультетов журналистики**

М.: 2005. – 200 с.

Методическое пособие издано в рамках одноименного инновационного учебного курса для студентов, изучающих журналистику. Курс, разработанный и опробованный авторами на базе факультета журналистики МГУ в 2004 году, знакомит слушателей с теоретическими и практическими основами освещения этнической и религиозной тематики с позиций прав человека и недискриминационности. Цель курса – создание профессионального сообщества молодых журналистов, владеющих навыками качественной, отвечающей высоким международным стандартам работы с этнической тематикой (и уязвимыми группами в целом). Курс обращается к непривычной для российских СМИ проблематике и построен как интегративный, предполагающий активную дискуссию, соединение обучения и практики. Пособие рассчитано на преподавателей и студентов и содержит методический, теоретический и практический материал для занятий в аудитории и за ее пределами.

### **Как защитить общество от языка вражды**

М.: Агентство социальной информации, 2005. – 56 с.

### **Язык вражды и студенчество**

М.: Агентство социальной информации, 2004. – 44 с.

Брошюры, изданные при финансовом содействии Европейской инициативы в области демократии и прав человека, посвящены важной и сложной проблеме – способам противодействия речевой агрессии, языку вражды, как одной из форм проявления ксенофобии. В брошюрах приведены результаты исследований межэтнических контактов в студенческой среде, отношения журналистского сообщества к проблемам толерантности, содержатся рекомендации психологов, юристов, журналистов-практиков, а также хроника проекта «Противодействие языку вражды: гражданская позиция российских НПО и СМИ», в рамках которого и осуществлено издание обеих публикаций. Брошюры адресованы журналистам, представителям НКО, студентам факультетов журналистики.

### **Социальное насилие и толерантность: реальность и медиа-образы**

М.: Независимый институт коммуникативистики, 2004. – 248 с.

Книга выпущена в рамках многолетнего проекта Независимого института коммуникативистики (НИК) по формированию у сотрудников российских СМИ

понимания проблемы насилия в современном обществе и овладению профессиональными технологиями освещения действий и акций, в основе которых лежит насилие. В книгу вошли материалы научно-практической конференции «Война, терроризм, насилие в публикациях и передачах печатных и электронных СМИ», фрагменты результатов исследований, выполненных НИКом, и интервью с руководителями и сотрудниками СМИ по проблеме социального насилия и роли СМИ в его преодолении. Книга предназначена для журналистов, специалистов в области массовых информационных процессов, юристов, правозащитников, а также для всех, кто интересуется информационными проблемами демократического общества.

### **Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения**

М.: Независимый институт коммуникативистики, 2002. — 360 с.

В основе книги — материалы конференции «Пресса, государство, культура: мультикультурализм как новая философия взаимодействия» и семинаров-тренингов. В книге рассматриваются вопросы: что такое мультикультурализм: этическая доктрина или политическая программа; чем мультикультурализм отличается от толерантности; каким образом журналистское сообщество России может содействовать формированию цивилизованных взаимоотношений представителей различных культур и др.

### **Язык мой... Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ**

Сост. А.М. Верховский. — М.: РОО «Центр «Панорама», 2002. — 200 с. (научное издание)

Сборник статей посвящен этнической и религиозной ксенофобии в российских СМИ — так называемому языку вражды и включает анализ проведенного мониторинга прессы, теоретические статьи о проблеме языка вражды, обсуждение возможностей правового или иного регулирования, примеры нормативного и прецедентного регулирования в нашей стране и за ее пределами.

### **Благотворительность и СМИ**

М.: Агентство социальной информации, 2005. — 44 с.

Пособие подготовлено по итогам круглого стола «Социальная ответственность бизнеса, благотворительность и российские СМИ», организованного АСИ и кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова в рамках Всероссийской научно-практической конференции «Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире».

### **Бизнес. Благотворительность. Общественное мнение**

М.: «Просветительский фонд — Диалог», 2005. — 104 с.

Книга адресована журналистам, руководителям корпоративных и частных благотворительных фондов, лидерам некоммерческих организаций. В ней

обобщен богатый практический материал, собранный в ходе реализации проекта «Бизнес. Благотворительность. Общественное мнение», частью которого стала радиопрограмма «Богач. Бедняк. Благотворитель». В книге рассказывается о том, как, кому и почему помогает российское бизнес-сообщество и частные лица, а также об особенностях освещения благотворительных акций в СМИ.

### **Савельева И. Если вы пишете о СПИДе... Журналистам о СПИДе**

М.: Российский фонд «Имена», 1999. — 128 с.

Автор стремится показать, насколько сложна и многогранна проблема СПИДа, как в ней отражаются политические, экономические, научные, социальные, нравственные и иные проблемы, волнующие как общество в целом, так и отдельные личности. Важную часть книги составляет исследование, основанное на публикациях по проблеме СПИДа в советской и российской прессе в 1987-1999 годах.

### **Игра на информационном поле. Журналистика и PR для «зеленых»**

М.: Изд-во МСоЭС, 2002. — 200 с.

Брошюра содержит некоторые полезные сведения о том, как экологическим общественным организациям вести PR-работу. Материалы, представленные в издании, основаны на многолетнем опыте работы сотрудников Международного социально-экологического союза в сфере журналистики и зеленом движении. Книга рассчитана на экологических активистов, она также может представлять интерес для студентов вузов по специальности «связи с общественностью и журналистика» и всех, кто интересуется проблемами развития отрасли PR и зеленого движения.

### **Экологическая журналистика. Учебное пособие**

Кочинева А.Л., Берлова О.А., Колесникова В.Б. М.: МСоЭС, 1998. — 155 с.

Пособие адресовано тем, кто уже начал или собирается серьезно работать с экологической тематикой в СМИ. Как привлечь внимание аудитории к проблемам окружающей среды, где можно получить экологическую информацию, как ее грамотно и корректно интерпретировать, как добиться большей эффективности, как избежать дезинформации на всех этапах работы с экологической информацией — на эти и другие вопросы отвечают авторы пособия.

## **Участники проекта по социальной журналистике**

---

### **Москва**

Спецкурс «Социальная журналистика» был впервые проведен на базе факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова и с тех пор реализуется совместно Агентством социальной информации и факультетом.

*Координаторы:* Елена Темичева (АСИ), Анна Севортьян (АСИ, Центр развития демократии и прав человека, sevort@yandex.ru), Мария Проппер (АСИ, maria@asi.org.ru), Мария Шенберг (АСИ).

### **Барнаул**

Спецкурс действует на базе экономического факультета (кафедра «Связи с общественностью») Алтайской академии экономики и права (ААЭП). Реализуется курс совместно с Алтайской краевой общественной организацией «Молодые журналисты Алтая» (на ее основе действует отделение АСИ) и ААЭП.

*Координаторы:* Сергей Канарев (АСИ-Барнаул, Молодые журналисты Алтая, kanarev@uaj.ru), Ольга Чернега (ААЭП, chernega@alt.ru, chernega@aael.altai.ru).

### **Мурманск**

В Мурманске курс читается в обязательном порядке на филологическом факультете Мурманского гуманитарного университета.

*Координаторы:* Надежда Хлебникова (АСИ-Мурманск, Мурманская ассоциация журналисток, asi-m@bk.ru), Анна Киреева («Беллона», avk79@inbox.ru).

### **Нижний Новгород**

В Нижнем Новгороде проект осуществляется Нижегородским отделением Агентства социальной информации, которое работает на базе Центра поддержки некоммерческих организаций «Служение», совместно с кафедрой журналистики филологического факультета Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

*Координаторы:* Оксана Тажирова (АСИ-Нижний Новгород, НАННО «Служение», asinn@sinn.ru), Алла Балашова (НАННО «Служение», газета «Служение»).

### **Пенза**

Проект реализуется на базе Института государственной службы и управления (кафедра «Коммуникационный менеджмент»). К занятиям также приглашены студенты Пензенского государственного университета, Пензенского педагогического университета. Координация проекта – сотрудники

пензенского корпункта АСИ и Пензенского фонда местного сообщества «Гражданский Союз».

*Координаторы:* Екатерина Чекайкина (АСИ-Пенза, фонд «Гражданский Союз», pr@civilunity.org), Олег Шарипков (фонд «Гражданский Союз», fondgs@penza.com.ru).

### **Пермь**

Спекурс проходит на филологическом факультете Пермского государственного университета, специализации «Журналистика». Общая координация – АСИ-Пермь.

*Координаторы:* Татьяна Черепанова (Пермский государственный университет, газета «Деловое Прикамье», tanya-ch@yandex.ru), Майя Горбунова (АСИ-Пермь, maya-ch@yandex.ru).

### **Ульяновск**

Спекурс организован АСИ-Ульяновск на базе НКО «Региональный информационно-ресурсный фонд».

*Координатор:* Екатерина Женжеруха (АСИ-Ульяновск, НКО «Региональный информационно-ресурсный фонд», ul-asi@yandex.ru, ezhenzheruha@yahoo.com).

# **Фонд Дмитрия Зимина «Династия»**

---

Фонд «Династия» основан в 2001 году Дмитрием Борисовичем Зиминим, почетным президентом компании «Вымпелком».

## **Миссия Фонда**

Осуществление социально значимых программ в области науки и образования, направленных на интеллектуальное развитие нации.

## **Программы**

С момента основания Фонд объявил стратегическим приоритетом своей деятельности поддержку фундаментальной российской науки и предотвращение «утечки мозгов».

Большинство программ Фонда связано с наукой и образованием, но в то же время Фонд осуществляет программы и в других сферах.

На сегодняшний день благотворительные программы Фонда развиваются по следующим направлениям:

- наука и образование;
- культура;
- общество.

## **НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ**

Приоритетной областью науки, на которой сфокусированы программы Фонда, является теоретическая физика.

### **Программа поддержки студентов и аспирантов**

Основные составляющие программы:

- стипендии студентам старших курсов профильных вузов;
- стипендии аспирантам и молодым ученым без степени;
- организация студенческих олимпиад и конференций;
- публикация студенческих научных работ;
- адресная поддержка преподавателей лучших научных кафедр в ведущих профильных вузах.

### **Программа поддержки молодых ученых**

Впервые в России для молодых ученых — кандидатов и докторов физических наук — открыта программа финансирования трехлетних конкурсных позиций (post doctoral positions). Главная задача программы — создание для молодых ученых позиций, способных конкурировать по своей привлекательности с аналогичными позициями на Западе.

Предоставление возможности работать на привлекательных условиях в течение трех лет после защиты диссертации позволяет молодым ученым проявить себя и интегрироваться в российские и международные научные программы, обеспечивающие возможность продолжения научных исследований в России.

### **Программа развития научных контактов**

Важнейшие элементы программы:

- поддержка конференций, семинаров и других специализированных мероприятий;
- грантовый конкурс среди организаторов научных конференций по фундаментальной физике;
- организация ежегодной летней научной школы фонда «Династия»;
- публикация научных работ.

Фонд «Династия» оказывает поддержку, в том числе, международной Сахаровской конференции по физике (2002 г., 2005 г.).

### **Программа популяризации науки**

Важнейшие элементы программы:

- организация публичных и научно-популярных лекций, представляющих самые последние достижения современной науки. В апреле 2005 г. в Москве впервые состоялись публичные лекции по физике, с докладами на которых выступили крупнейшие ученые-физики нашего времени Хуан Малдасена и Валерий Рубаков;
- создание и продвижение научно-популярного портала [elementy.ru](http://elementy.ru) – первого популярного сайта о фундаментальной науке;
- публикация научно-популярной литературы.

### **Программа поддержки школьных преподавателей и продвижения науки в школьной среде**

Продвижение науки в школе, создание научно-информационного сообщества школьных преподавателей, ориентированных на вовлечение детей и молодежи в науку, стали главными целями данной программы.

Среди основных мероприятий программы:

- проведение всероссийского грантового конкурса среди учителей физики и математики при содействии московского представительства «DDF Foundation» и ООО «Клуб учителей «Доживем до понедельника»;
- содействие проведению научных школ, семинаров, олимпиад для школьников и учителей;
- популяризация научных знаний в школьной и студенческой среде: поддержка и продвижение физико-математического журнала «Квант», публикация изданий из Библиотечки «Квант».

### **Поддержка лаборатории по изучению молекулярных механизмов старения**

В 2005 г. при поддержке Фонда «Династия» в Москве создана лаборатория «Герон Лаб», которая специализируется на изучении молекулярных механизмов старения. Лабораторию возглавил профессор Е. Нудлер – известный американский ученый российского происхождения, возглавляющий одну из крупнейших лабораторий Нью-Йоркского университета.

Созданная лаборатория будет решать не только научные, но и социальные задачи – создавать рабочие места для специалистов-биологов и предотвращать

таким образом «утечку мозгов». Проф. Нудлер приглашает в лабораторию как молодежь, так и уже состоявшихся ученых. Сейчас в лаборатории работают девять человек, в том числе два профессора.

## КУЛЬТУРА

### Проект «Московское время»

«Московское время» — проект, в рамках которого была собрана необычная коллекция фотографий старой и современной Москвы. В коллекции представлены фотографии улиц и переулков, сделанные в 1913 и 2003 годах в одних и тех же местах Москвы с одинаковых точек. Своеобразная «переключка» образов, разделенных почти столетием, не только вызывает интерес зрителей, но и побуждает их к размышлениям об исторических судьбах города и его жителей.

Основой собрания фотографий послужили репродукции снимков старой Москвы 1913 года из альбомов Эмилия Владимировича Готье-Дюфайе, действительного члена и секретаря Императорского московского археологического общества.

Фотографии сопровождаются текстами из художественной литературы и публицистики, ассоциативно связанными с изображенным на снимках.

В 2003 и 2004 гг. в Москве в выставочном зале Музея Пушкина с большим успехом прошла выставка коллекции «Московское время».

В 2005 г. был создан фонд некоммерческих программ «Московское время», к которому перешло управление проектом. В числе стратегических задач фонда — дальнейшее развитие коллекции «Московское время», издательская деятельность, а также исследовательская и культурно-просветительская деятельность.

## ОБЩЕСТВО

### Проект «Дорога к дому»

Цели проекта — профилактика детской беспризорности и безнадзорности, помощь семье и детям в кризисных ситуациях, семейное устройство детей, оставшихся без попечения родителей.

Пилотная стадия проекта реализуется в Юго-Западном округе г. Москвы и городе Череповец Вологодской области. На этой стадии создается ряд учреждений по семейному устройству детей, в том числе — социальная служба, обеспечивающая правовую, информационную и психологическую поддержку детей в кризисных ситуациях, школа приемных родителей и другие учреждения.

Среди доноров проекта — Фонд «Династия», фонд «Новая Евразия» и компания «Северсталь-групп».

Управление проектом осуществляет Программный комитет, в состав которого входят представители организаций-доноров, а научное руководство обеспечивает Научный совет, который возглавляет президент фонда «Приют детства» С.М. Кульянов.

## ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ

Наука и образование являются приоритетными направлениями развития Фонда на ближайшие годы.

В рамках этих направлений готовится еще ряд интересных проектов. Среди них:

- проект развития и коммерциализации прикладных научных исследований;
- создание региональной версии проекта «Дорога к дому»;
- «Программа возрождения российской науки» — комплекс долгосрочных проектов, направленных на предотвращение «утечки мозгов» и создания условий для жизни и работы в России талантливой молодежи;
- библиотека Зимина «Элементы науки» — собрание лучших книг, ставших заметным явлением в части просвещения и популяризации научных знаний в области точных и гуманитарных наук.

## ЭКСПЕРТИЗА И УТВЕРЖДЕНИЕ ПРОЕКТОВ

### Направление «Наука и образование»

Прием индивидуальных заявок на участие в постоянно действующих конкурсных программах (стипендиальной, программе поддержки аспирантов и молодых ученых) производится открыто и публично, критерии отбора объявляются перед началом конкурса в СМИ и Интернете.

Установление критериев и отбор получателей помощи в рамках профильных научных программ производится на основании рекомендаций Ученого совета Международного центра фундаментальной физики в Москве, в состав которого входят авторитетные ученые, представляющие ведущие научные центры России и мира.

Окончательное решение о победителях в рамках благотворительных программ принимает Попечительский совет Фонда «Династия».

### Направления «Общество», «Культура»

В отношении благотворительных программ в этих двух областях деятельности Фонда все стадии процесса, включая установление критериев отбора, собственно отбор проектов-соискателей и окончательное утверждение выбранного проекта, находятся в компетенции Попечительского совета Фонда «Династия».

### Контакты

За подробной информацией о деятельности Фонда «Династия» и действующих программах обращайтесь:

Интернет: [www.dynastyfdn.com](http://www.dynastyfdn.com)

Email: [contact@dynastyfdn.com](mailto:contact@dynastyfdn.com)

Телефон: +7 (495) 251-9299

Факс: +7(495) 251-5386

[www.elementy.ru](http://www.elementy.ru)

[www.grantnauka.ru](http://www.grantnauka.ru)

# **Агентство социальной информации**

---

Агентство социальной информации (АСИ) – специализированное агентство, оказывающее информационную поддержку гражданским инициативам.

АСИ реализует проекты в социальной сфере, способствующие становлению структур гражданского общества и развитию социально ответственного бизнеса.

Агентство социальной информации было создано в 1994 году. За одиннадцать лет сформировалась сеть АСИ, охватывающая 30 регионов России.

Агентство активно занимается деятельностью по связям с общественностью, организует различные мероприятия для СМИ. За прошедшие годы АСИ подготовило и провело множество пресс-конференций, семинаров, круглых столов, дискуссионных клубов, социальных акций, конкурсов для журналистов и НКО, конференций.

## **Информационная деятельность**

- Ежедневные и еженедельные выпуски новостей в электронном формате с оперативной информацией об инициативах некоммерческих организаций, социальных программах бизнеса в Москве и в регионах, распространяемые на безвозмездной основе (<http://www.asi.org.ru>)
- Анонсы предстоящих событий и объявления
- Информационно-аналитические бюллетени, посвященные отдельным социальным проблемам
- Социальный календарь
- Создание и поддержка веб-сайта, посвященного профилактике социального сиротства «Наши дети» (<http://www.nashi-deti.ru>)
- Создание и поддержка веб-сайта, посвященного проблеме налогообложения некоммерческих организаций (<http://www.nalognko.ru>)

## **PR-деятельность**

- Пресс-конференции
- Круглые столы
- Информационные встречи
- Презентации
- Выставки
- Конкурсы для журналистов
- Информационное сопровождение благотворительных и социальных акций

## **Издательская деятельность**

- Журнал «Некоммерческое обозрение – НКО»
- Книги, обзоры, брошюры, бюллетени по социальной тематике

### **Консультации и семинары**

Консультации и обучающие семинары по связям с общественностью, социальной журналистике, социальным программам и социальной отчетности компаний.

### **Поддержка социально ответственного бизнеса**

- Создание и поддержка веб-сайта, посвященного социальной ответственности бизнеса (<http://www.soc-otvet.ru>)
- Подготовка социальных отчетов компаний в соответствии с международными стандартами
- Помощь в разработке и продвижении социальных программ компаний
- Организация процесса взаимодействия с заинтересованными сторонами
- Проведение качественных исследований

### **Контакты**

Телефоны: (495) 250-6276, 250-6258

E-mail: [news@asi.org.ru](mailto:news@asi.org.ru), [asi@aha.ru](mailto:asi@aha.ru)

