

Социальные проекты местных СМИ: на примере газеты «Земля Кстовская»

Научный руководитель – Гатилин Александр Сергеевич

Норина Юлия Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра новых медиа и теории коммуникации, Москва, Россия

E-mail: julia.norina@internet.ru

Сфера журналистики в России претерпевает постоянные изменения и сталкивается с трудностями и ограничениями под влиянием сложных политических и правовых процессов, а также динамичного развития технологий. Появляется вопрос переосмысления журналистских процессов. Необходимым кажется внимание к потребностям местных сообществ и укрепление их активности, чтобы журналистика стала средством достижения более широких целей – укрепления коммуникационного потенциала местных сообществ, формирования гражданского общества и решения социальных проблем.

В демократическом обществе «должно возникнуть взаимодействие между институциональным формированием воли в рамках образований, способных к принятию решений <...>, с одной стороны, и, с другой – незапрограммированными, неформальными высокочувствительными процессами формирования мнений благодаря автономным объединениям общественности»[4]. Российский исследователь И.М. Дзялошинский пишет о трех типах современной журналистики: о журналистике управления, журналистике успеха (информации) и журналистике соучастия[3]. Интерес для нас представляет журналистика соучастия, предполагающая активное взаимодействие СМИ и других социальных институтов.

Социальные проекты как особый вид журналистской деятельности играют особую роль в налаживании связей между местными СМИ, властью и сообществами. Исследователи определяют проекты местных СМИ как «многокомпонентную деятельность журналистов, направленную на решение социальных проблем местного сообщества при помощи его непосредственного вовлечения и выходящую за пределы традиционно понимаемых авторских функций»[2]. В основе социального проектирования – журналистская деятельность, направленная на решение проблемных ситуаций, в контексте общественной системы, которая складывается на локальном уровне в ходе взаимодействия представителей органов власти, некоммерческих организаций и активных неформальных сообществ, бизнеса и медиа. Андреа Венцель моделирует новые журналистские практики, основанные на соучастии, и предлагает концепцию журналистики сообществ. По мнению исследовательницы, местные журналистские инициативы должны быть направлены на объединение жителей, на установление связи между всеми слоями общества и привлечение всего спектра местных заинтересованных сторон[5].

В данном исследовании предпринята попытка проследить особенности социального проектирования местных СМИ на примере одной газеты, и шире – выявить некоторые особенности взаимодействия разных социальных институтов с учетом обстоятельств, определяющих функционирование СМИ в регионах современной России. В ходе исследования были проанализированы социальные проекты газеты «Земля Кстовская» и проведены интервью с главным редактором газеты. «Земля Кстовская» – пример местного СМИ, в котором практикуются журналистика решений и методы соучастия. Также мы можем рассматривать процессы, связанные с деятельностью редакции газеты в рамках концепции журналистики сообществ. Миссия газеты: «быть информационным посредником между

жителями, организациями и властью, объединяя усилия и ресурсы, чтобы улучшить качество жизни кстовчан»[1].

Рассмотренные проекты «Земли Кстовской» противоположны друг другу, но именно их сопоставление выявляет некоторые основные положения возможностей социального проектирования местной газеты. Первый кейс – проект по решению проблемы кофейного завода в старой части города Кстово. Второй – акция для медработников «От сердца к сердцу». В первом случае газета выполняла преимущественно информационную функцию и стала неким узлом соединения информационных потоков граждан и власти. В данном кейсе гражданские объединения были непосредственными инициаторами социальных изменений. Редакция принимала участие в инициативах граждан: аккумулировала обращения и выезжала на место проблемы. Первый проект – проект сообщества. СМИ в проекте является не центром, а участником. Во втором случае фокус смещается на местную редакцию, редакция становится центром проекта. СМИ во втором рассмотренном социальном проекте – основной инициатор, выполняющий как информационную, так и социально-организаторскую, и социально-креативную функции. Опыт акции для медработников, трижды проведенный редакцией газеты, демонстрирует успешное взаимодействие местного СМИ и местного бизнеса, а также высокий уровень доверия к местному СМИ и личности журналиста, сплоченность местного сообщества вокруг редакции. Основными коммуникационным каналами остаются личное общение и личные связи. Но также была выявлена необходимость подключения медиа и цифровых инструментов для вовлечения в деятельность местной редакции.

Социально-организаторская деятельность местной журналистики приносит результат, но иногда не имеет возможности воплотиться в полной мере из-за существующих ограничений. В числе ограничений – коммуникационный барьер с властными структурами. Однонаправленная же модель коммуникации становится нежизнеспособна. Но это не беспомощность: несмотря на безрезультативность, «отписки» от властей, отсутствие реальных изменений, люди борются на протяжении пяти лет с проблемой кофейного завода. И где у газеты нет инструментов влияния – газета остается помогать привычным способом – информированием. Без поддержки власти СМИ ищет способ помощи, рассчитывая на свои силы и на силы привлекаемых заинтересованных местных сторон. Все еще существует случай, когда запуск новых местных инициатив имеет смысл и только местные СМИ могут стать инициатором, являясь близкими к проблемам и имея высокий уровень доверия сообщества. Журналистская активность расширяет аудиторию СМИ, формируя внутри лояльное ядро соратников, готовых вовлечься в инициативы редакции.

Источники и литература

- 1) Беспалова Н.С. Разработка стратегии развития еженедельной газеты «Земля Кстовская», 2023.
- 2) Гатилин А.С. Социальные проекты местных СМИ: особенности субъектно-объектных отношений // Медiascop. 2021. Вып. 3. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2718>
- 3) Дзялошинский И.М. Культура, журналистика, толерантность (о роли СМИ в формировании в российском обществе атмосферы толерантности и мультикультурализма) // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия: материалы междунар. конф. / под ред. Л.М. Макушина. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002.
- 4) Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. М., 1995.

- 5) Wenzel A. (2020) Community-centered journalism: Engaging People, Exploring Solutions, and Building Trust.