

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	6
1.1 Понятие и источники социальной журналистики.....	6
1.2 Тематическое своеобразие публицистики в контексте социальной журналистики	8
1.3 Жанры социальной журналистики.....	11
ГЛАВА 2. СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ. 15	
2.1 Общая характеристика общественно-политических и зданий («ПЕНЗЕНСКАЯ ПРАВДА», «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»)	15
2.2 Социальная тематика в пензенских печатных СМИ («ПЕНЗЕНСКАЯ ПРАВДА», «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ. ПЕНЗА»).....	19
2.3 Жанрово-тематические особенности социальной журналистики в пензенских печатных СМИ («ПЕНЗЕНСКАЯ ПРАВДА», «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ. ПЕНЗА»).....	22
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	26
ЛИТЕРАТУРА.....	28

ВВЕДЕНИЕ

Социальная журналистика в современном мире является неотъемлемой частью публичного пространства. Во многом она явилась порождением тех бурных изменений, которые произошли в российской действительности в ходе перестройки. В последнее десятилетие сложилась особая профессиональная специализация, вызванная объективной необходимостью осмыслить социальную составляющую российских реформ.

От социальной журналистики ожидают внимания к человеку, отражение злободневных аспектов его повседневной жизни, развитие гражданских качеств личности, отстаивание прав человека. Еще её называют журналистикой соучастия, сопричастности, ставящей задачу помогать людям [2, 32].

В связи с этим **актуальным** является изучение социальных проблем и вопросов на страницах региональной прессы, а также социальной позиции журналистов. Кроме того, представляет интерес сопоставление особенностей освещения социальной проблематики на страницах разных изданий одного региона.

Научная **новизна** данной работы заключается в предложенном комплексном исследовании проблем социальной журналистики на примере пензенской общественно-политической газеты «Пензенская правда» и региональной вкладки «Аргументы и факты. Пенза».

Объектом исследования стали региональные печатные средства массовой информации.

Предмет исследования – особенности социальной журналистики в областных газетах «Аргументы и факты» и «Пензенская правда».

Материал исследования – тексты публикаций на социальные темы в газете «Пензенская правда» и авторские тексты, опубликованные в пензенской вкладке газеты «Аргументы и факты» за 2017 год.

Цель работы – рассмотреть журналистику в контексте социальных проблем на примере региональной печати Пензенской области.

Для достижения поставленной цели следует решить следующие задачи:

- рассмотреть проблемы и темы, освещаемые социальной журналистикой в Пензенской области;
- описать основные жанры материалов социальной журналистики в Пензенской области;
- проанализировать и выявить особенности публикаций на социальные темы в областной газете «Пензенская правда»;
- определить особенности публикаций на социальные темы в региональной вкладке «Аргументы и факты. Пенза»;
- сопоставить материалы газеты «Пензенская правда» с публикациями на социальные темы в региональной вкладке «Аргументы и факты. Пенза».

Теоретическую базу исследования составили труды О. Чернега, В. И. Мусияченко, Т. И. Фроловой, М. Гессен, А. Ю. Уколова, а также исследования по истории, теории и практике журналистики.

Теоретическая значимость курсовой работы заключается в выявлении и анализе специфики социальной тематики в региональных печатных изданиях; представлении их сопоставительной характеристики.

Практическая значимость работы заключается в том, что ее результаты могут быть использованы в учебном процессе вузов при преподавании различных дисциплин студентам направления подготовки «Журналистика». Сравнительная характеристика публикаций названных изданий на социальные темы может помочь начинающим журналистам делать выбор в пользу тех или иных жанровых и стилистических средств в целях достижения максимального эффекта журналистского материала.

Методы изучения и обработки эмпирической базы исследования представлены методом сплошной выборкой, жанрово-стилистическим анализом текстов, контент-анализом.

Главным критерием отбора материалов для анализа стала их социальная тематика.

Структура курсовой работы включает в себя введение, две главы, заключение, список литературы.

ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Являясь важнейшим объектом журналистской деятельности, социальная сфера с присущими ей характеристиками относительной самостоятельностью, целостностью, функциональностью, инерционностью и персонифицированностью формирует определенные условия и подходы к освещению социальной направленности в масс-медиа [2, 21]. Журналисты, работающие в сфере социальной журналистики, не просто констатируют факты и события, а дают полноценный анализ и предлагают пути решения социальной проблемы.

В первой главе рассматривается понятие «социальная журналистика», ее источники, темы и проблемы, которые освещает социальная публицистика, а также преобладающие жанровые формы таких материалов.

1.1 Понятие и источники социальной журналистики

Понятие «социальная журналистика» вызывает среди теоретиков масс-медиа неоднозначное толкование, что связано с многозначностью самих понятий «социальное» и «журналистика» и традицией использования этих определений в отечественной журналистике. Социальная журналистика – это направление в журналистике, занимающееся освещением социальных проблем и вопросов общества – проблем, связанных с противоречиями внутри общества (система «человек – общество»); это вопросы здравоохранения, образования, обеспечения работой, проблемы антиглобализма и другие [2, 23]. Таким образом, социальную журналистику можно определить как систему жанров, методов и стилистических приемов, связанных с освещением тем, касающихся жизни человека в обществе (социуме), осуществления его прав и обязанностей.

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

- отражение в прессе проблем социальной сферы в ее связях с другими сферами общественной жизни;
- анализ любой информации с позиций интересов человеческой личности, не противоречащих развитию всего общества;
- использование особых источников, методов, технологий, формирующих творческое своеобразие социальной журналистики;
- вовлечение в информационный обмен самих граждан, создание их собственных информационных ресурсов;
- инициирование социальных проектов и акций, непосредственно направленных на решение острых проблемных ситуаций, прямое участие в них [11, 59].

Главное требование к концептуальности социальной проблематики – полнота информации об обществе – до сих пор остается нереализованным, по мнению авторитетных специалистов: «Есть привычка искать новости в структурах власти, в учреждениях, у «компетентных» лиц. Живая жизнь пресс-служб часто остается вне профессионального внимания журналистов. Если мы хотим иметь эффективную социальную журналистику, от этой традиции придется отказываться» [11, 61]. Традиционно выделяют три типа источников информации: документ, человек, предметно-вещественная среда – это самая общая классификация, в которой отражена материальная природа источников, условия образования и хранения информации, определяющие характер действий журналиста при обращении к этому источнику. Однако в практической деятельности этого недостаточно. Принято выделять различные виды информационных ресурсов, из которых

непосредственно черпается необходимая журналисту информация. Причем сама по себе информация может быть разноуровневой: оперативной (новые факты, комментарии и мнения, заявления и так далее), контекстной (полезная для понимания ситуации в целом), базовой (формирующая и упорядочивающая знание проблемы), фоновой, аналоговой и другое. Конкретный информационный ресурс может сочетать в себе разные типы источников, давать информацию разных уровней, предполагать использование различных методов освоения. Каждый из ресурсов имеет свои преимущества, особенности доступа к нему, ограничения и барьеры. Исследователь Т. И. Фролова отмечает, что это могут быть различные информационные среды, способные в совокупности дать полную информацию о предмете [11, 44].

Со временем у любого журналиста складывается свой круг источников информации по различным темам – официальных и неофициальных. Но и в этом случае журналист должен стремиться к постоянному расширению круга источников.

Таким образом, социальная журналистика – это актуальная информация обо всем обществе, обо всех его социальных группах. Человек и его жизнь в обществе составляют ядро социальной журналистики.

1.2 Тематическое своеобразие публицистики в контексте социальной журналистики

«Социальные проблемы» – научный термин, который впервые появился в середине XIX века в Европе. Понятие «социальная проблема» применяется в отношении очень большого числа разнообразных явлений, таких как преступность, бедность, расизм, перенаселенность и так далее. Это определение, которое способно охватить все социальные условия, классифицируемые как социальные проблемы.

В связи с этим, А.Ю. Уколов отмечает: «Слово «социальный» стало одним из ключевых элементов современного публичного дискурса» [10, 229]. «Значительной частью контента периодической печати» исследователь называет демографию, здравоохранение, жилье, проблемы социально уязвимых групп, которые формируют «довольно пестрый и противоречивый информационный фон, соединяя пиар социальной политики, журналистские расследования, мозаику новостей» [10, 229]. Уточняя функции социальной журналистики, автор указывает, что «функциональная специфика подобной тематики предполагает включенность в конкретное социальное бытование людей, в их деятельность, которая осуществляется параллельно информационному потоку» [10, 230].

Говоря о темах и проблемах социальной журналистики, необходимо уточнить суть этих понятий. Автор «Курса русской риторики» А.А. Волков пишет: «Проблемой высказывания называется реальная трудность, противоречие, конфликт, в разрешении которых заинтересована аудитория и к рассмотрению которых обращается ритор»; «Проблема является реальным объектом <...> высказывания» [1, 56] Тема же, по мнению исследователя, – это «главная мысль высказывания, представляющая собой суждение и выраженная полным завершенным предложением» [1, 58]. Таким образом, тема и проблема соотносятся как главная мысль, идея с объектом. Проблема, существующий в обществе конфликт диктует журналисту тему публикации.

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

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

- потенциал общественных организаций в разных сферах социальной жизни (ресурсные центры, благотворительные акции, добровольческая помощь, консультативная помощь, телефон доверия, справочно-информационная система);
- проблемы незащищенных слоев населения (безработные, мигранты, неполные семьи, вопросы социального сиротства, отношение к престарелым гражданам, создание безбарьерной среды для людей с ограниченными возможностями, адаптации и социализации детей с ограниченными возможностями);
- проблемы молодежи (алкоголизм, наркомания, СПИД, криминализация общества и подростковая преступность, доступности и качества образования деятельность детских учреждений (школы, семейные детские дома, пансионаты, сиротские приюты));
- экологическая и природоохранная деятельности (формы и опыт деятельности общественных экологических организаций, экологические проблемы регионов и экологическая экспертиза, экологическое образование);
- пропаганда здорового образа жизни (популяризация массового спорта и физкультурного движения, роль спорта в воспитании, «социальные» болезни и их профилактика, физическое и психическое здоровье, информация о нетрадиционных методиках лечения: арт-терапия, музыкальная терапия);
- темы нравственного воспитания и экологии личности (принципы гражданского общества, толерантности, семейные и нравственные ценности, межэтнические, межконфессиональные проблемы, спонсорская помощь, опыт благотворительных фондов, традиции меценатства);

- социально-трудовые отношения и экономическая политика (социальная защита населения, социальное обеспечение и социальное страхование, доходы и уровень жизни населения, развитие рынка труда, охрана труда и экологическая безопасность [8, 167].

Таким образом, современные издания периодической печати, имеющие большой охват аудитории, способны предоставлять обществу достаточно информации, которая поможет сориентироваться в новой реальности. Трактовка в публицистике проблем социальной сферы может оказывать серьезное воздействие на отношение общества к этим проблемам.

1.3 Жанры социальной журналистики

Публицистика, в зависимости от цели, роли автора и соответствующих приемов организации информации, стилистических, выразительных средств делится на информационную, или фактологическую, аналитическую и художественную.

Наиболее полная оценка всех жанров социальной публицистики представлена в работе О. Чернега «Социальная журналистика: жанровый аспект» [12, 74].

Информационная журналистика представлена следующими жанрами: заметка, интервью, репортаж, отчет. Проанализируем, как информационные жанры реализуются в социальной журналистике.

Заметка представляет собой минимальный газетный текст с развивающейся главной мыслью, предназначенной для оперативного сообщения [13, 65]. Заметка соответствует фактологическому принципу отражения: убеждает факт, его подробности, логическая или эмоциональная оценка события журналиста – вторичны, зачастую нежелательны. Заметка делится на подвиды: «хроника» (одно-два предложения лаконично констатируют сверхоперативное событие), стандартная (событие

представлено в двух-трех деталях), расширенная заметка (расширенная детализация субъекта, причин, последствий и так далее).

Интервью – вопросно-ответная форма публикации – является одним из самых популярных жанров современной журналистики. Также интервью служит одним из трех методов журналистской деятельности, наряду с наблюдением, изучением документов. Интервью представляется читателю особенно убедительным, достоверным, так как передает не интерпретированные мнения, вербальные особенности, манеру героя. Кузнецов выделяет следующие виды интервью:

- портретное (о личности);
- проблемное (позиция компетентного лица);
- информационное (рассказывает о ходе события, передает мнение свидетеля) [7, 16].

Главным инструментом журналиста являются вопросы. Как правило, интервью начинается с открытых, причинных вопросов, далее используются наводящие, уточняющие вопросы.

В силу тяготения социальных журналистов к интерпретации, толкованию, интервью как самостоятельный жанр, по мнению О. Чернега, ими используется неоправданно редко, чаще – в качестве фрагмента монологического текста [12, 78].

Репортаж – это рассказ очевидца, написанный так, чтобы дать возможность читателю почувствовать себя на месте события [6, 27]. Он проявляется в четырех подвидах: событийный (динамичное событие – реальность, журналист – наблюдатель или одновременно и участник события), познавательный (в основе тема, которую освещает журналист), проблемный (несет в себе элементы анализа события) и репортаж с экспериментом (интрига) [5, 62].

Отчет – информационный жанр, позволяющий обстоятельно, подробно передать ход, суть статичного (заседание, конференция) или растянутого по времени, месту действия (например, спортивное состязание на разных площадках) события [9, 27]. Отчет проявляется в двух подвидах: прямой (перечисляет основные моменты события), тематический (систематизирует обсуждение заявленных на мероприятии тем, проблем).

Отчет деловит, добросовестен, рассказывает о важном, значимом. Ни один вид журналистики, включая социальную журналистику, не может обойтись без этого жанра.

На настоящем этапе своего развития социальная журналистика демонстрирует не только оригинальный проблемно-тематический срез, но достаточно свободное владение выразительными средствами жанровой палитрой современной журналистики, что позволяет сделать вывод об уверенном становлении социальной журналистики как отдельного направления в публицистическом пространстве.

По определению М. Гессен, социальная журналистика – это направление в журналистике, занимающееся освещением социальных проблем и вопросов общества – проблем, связанных с противоречиями внутри общества система «человек – общество» [2, 21].

Задумывая некую публикацию, журналист прежде всего должен определить тему, которая рождается как непосредственный отклик на актуальные общественные потребности [4, 35].

Проблема – это «реальная трудность, противоречие, конфликт, в разрешении которых заинтересована аудитория» [3, 58].

Тема и проблема соотносятся как главная мысль и объект.

В социальной журналистике выделяются следующие основные темы:

- проблемы незащищенных слоев населения;
- проблемы молодежи (алкоголизм, наркомания, СПИД, криминализация общества и подростковая преступность);

- экологическая и природоохранная деятельности;
- пропаганда здорового образа жизни;
- темы нравственного воспитания и экологии личности;
- социально-трудовые отношения и экономическая политика.

Публицистика, в зависимости от цели, роли автора и соответствующих приемов организации информации, стилистических, выразительных средств делится на информационную, аналитическую и художественную. Информационная журналистика представлена следующими жанрами: заметка, интервью, репортаж, отчет. К группе аналитических жанров относятся: корреспонденция, комментарий, статья, обозрение, рецензия, письмо, расследование. Художественно-публицистическая публицистика представлена в журналистике такими жанрами, как: зарисовка, очерк, фельетон, эссе.

На настоящем этапе своего развития социальная журналистика представлена не только материалами различной тематики и проблематики, но и разнообразными жанрами, что позволяет сделать вывод о социальной журналистике как о самостоятельном направлении в публицистике.

Таким образом, современные издания периодической печати, имеющие большой охват аудитории, электронные СМИ способны предоставлять обществу достаточно информации, которая поможет сориентироваться в новой реальности. Трактовка в публицистике проблем социальной сферы может оказывать серьезное воздействие на отношение общества к этим проблемам.

ГЛАВА 2. СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

2.1 Общая характеристика общественно-политических и зданий («Пензенская правда», «Аргументы и факты»)

«Пензенская правда» – одна из старейших газет Пензенской области. Недавно издание отметило столетие. История газеты «Пензенская правда» ведёт отсчёт с первого номера газеты «Известия рабочих, крестьянских и военных депутатов», который вышел в свет 1 мая 1917 года. На разных исторических этапах печатный орган неоднократно переименовывался: «Известия Пензенского Совета рабочих, крестьянских и солдатских депутатов», «Красное знамя», «Трудовая правда», «Рабочая Пенза», «Сталинское знамя» и, наконец, с 1956-го года – «Пензенская правда». В 1957 году газета была награждена орденом Трудового Красного Знамени. Вне зависимости от названия, в течение века газета является основным летописцем жизни Пензенской области, рассказывает об актуальных событиях, достижениях пензенцев, освещает проблемы и предлагает пути их решения, воспитывает многие поколения жителей региона.

В первые годы больше всего внимания уделялось политике – Октябрьскому перевороту, выборам в Учредительное собрание, белочешскому мятежу, Гражданской войне. Сотрудники газеты – не столько журналисты, сколько партработники. Но уже 1918 году появляется литературный отдел, публикуются не только фельетоны, но и рассказы, и стихи. Газета становится официальным органом губисполкома и главным источником информации для пензенцев – ведь дореволюционные «Пензенские губернские ведомости» приказали долго жить. В 1919 году газета получает новое название – «Красное знамя», а в 1921 году она уже «Трудовая правда». Помимо Кураева, здесь работают известные в городе большевики и основоположники советской пензенской журналистики:

Николай Росницкий, Александр и Петр Кутузовы, Григорий Жидков, Петр Никишин, Степан Давыдов, а также Константин Салтыков (сын великого писателя-сатирика).

В 1956 году газету переименовали в «Пензенскую правду». Успехи промышленных предприятий и колхозов, электрификация и газификация области, бурное жилищное строительство и освоение космоса – все, чем жила страна, находит отражение на страницах газеты. С 1970-х годов с газетой сотрудничают лучшие пензенские журналисты, фотографы, художники, прозаики и поэты. Тираж достигает 170 тыс. экземпляров.

В 90-е годы двадцатого столетия «Пензенская правда» преодолевает трудности. Тираж упал до 6 тыс. экземпляров. В этот период времени журналисты затрагивают самые острые проблемы в периодических изданиях. В 1999 году выпуск газеты на два месяца был приостановлен. Однако, история одного из самых авторитетных изданий в регионе не прерывалась. В «Пензенской правде» сменилось не одно поколение журналистов. Лучшие традиции газеты – профессионализм, оперативность, достоверность.

Работа газетчиков неоднократно получала признание на областном и всероссийском уровне. Все большую популярность, наравне с печатной версией, приобретает сайт «Пензенской правды». Посредниками между властью и народом стали регион-центры, созданные при «Пензенской правде» и всех районных газетах области. Ежедневно к их сотрудникам обращаются десятки человек. Водо- и газоснабжение, уличное освещение, устройство в детские сады, ссоры между соседями – темы, которые освещаются данным изданием.

«Пензенская правда» – качественное еженедельное и общественно-политическое издание. Выходит по вторникам форматом А3; объем издания – 16-24 страниц; тираж на данный момент – 18 тысяч экземпляров. Главный редактор – Павел Вячеславович Шишкин, который является также председателем областной организации Союза журналистов Пензенской

области. Газета освещает наиболее актуальные проблемы, связанные с социальной журналистики: проблемы ЖКХ, сиротства, образования, воспитания, проблемы бизнеса, экологии, армии, коррупции, преступности. Основные рубрики: «Политика», «Экономика», «Образование», «Власть», «Общество», «Происшествия», «Спорт», «Культура». Издание рассчитано на людей, которых интересуют общественно-политические проблемы Пензенской области. Как правило, это мужчины в возрасте от 25 до 50 лет.

В настоящее время «Пензенская правда» – одна из лучших региональных газет.

«Аргументы и факты» – крупнейшая российская еженедельная общественно-политическая газета, которая издаётся издательским домом «Аргументы и факты». Газета выходит с января 1978 года. Первоначально представляла собой бюллетень для лекторов, пропагандистов, политинформаторов и агитаторов, публикующий информацию, статистические данные, анализ событий и цифры, которые в официальной прессе найти было трудно. Редакция входила в структуру издательства «Знание» Всесоюзного общества «Знание».

В 1978-1979 – ежемесячный выход, с 1980 по март 1982 – 2 раза в месяц. С 1982 года издаётся еженедельно, выходит по средам. Внешний вид и формат страниц издания в эти годы дважды радикально менялся. Близкий к современному газетному – с февраля 1983 года.

Сегодня газета остаётся лидирующим по объёму тиража в России общественно-политическим еженедельником (тираж 2,2 млн экз.). Читательская аудитория газеты – 6,2 млн человек. Полугодовая аудитория – 25,7 млн. человек. «Аргументы и факты» является одним из самых популярных российских изданий за рубежом. Газета распространяется по подписке и в розницу более чем в 60 странах мира, в том числе в странах СНГ, Балтии, в Западной Европе, США, Канаде, Австралии, Израиле. «АиФ»

обладает и самой обширной сетью региональных редакций: 66 в России (40 предприятий-партнеров, 26 дочерних предприятий), 17 за рубежом.

Тематика газеты – освещение событий в России и за рубежом, аналитика и комментарии; обзор вопросов бизнеса и экономики, событий культурной и спортивной жизни.

Также "АиФ" имеет множество приложений: «АиФ Москва», «АиФ На даче», «АиФ История», «АиФ «Teen's», «АиФ Здоровье», «АиФ Петербург», «АиФ Суперзвёзды», «АиФ Дочки-Матери», «АиФ Долгожитель», «АиФ Семейный совет», «АиФ Я хочу всё узнать», «АиФ Детская Энциклопедия».

Рекламно-справочная функция в «Аргументы и факты» не пользуется особой популярностью, т.к. это серьезная газета, именно поэтому в ней мало материалов на развлекательную и рекламную тематики; заметно чаще употребляется в материалах коммуникативная функция, т. к. журналист чаще стремится наладить контакт с массовой аудиторией; непосредственно-организаторская, связан с тем, что в журнале публикуются чаще статьи критического содержания; и, наконец, культурно-образовательная – с наибольшей частотой присутствует в материалах по причине, что все-таки эта рубрика под названием «культура», журналисты стремятся приобщить аудиторию к искусству.

В газете «Аргументы и факты» существуют следующие основные рубрики: «Общество», «Деньги», «Культура», «Спорт», «Происшествия». Таким образом, газета стремится охватить практически все наиболее существенные области жизнедеятельности.

В 2000 году запущен сайт aif.ru, а в марте 2006 года газета стала выходить в цветном варианте.

В 2013 году сайт вошел в топ-10 самых популярных ресурсов в категории «Новости и СМИ». Ежемесячно сайт посещают более 16 млн человек. В ноябре 2013 г. ИД «Аргументы и факты» запустил обновлённую

версию своего флагманского сайта AIF.ru и 36 региональных сателлитов. В 2014 году куплены мэрией Москвы.

В настоящее время главный редактор газеты – Николай Зятьков, генеральный директор – Р. Ю. Новиков, заместитель главного редактора – Евгений Факторович.

Сегодня еженедельник «Аргументы и факты» – это бренд, созданный самими читателями.

2.2 Социальная тематика в пензенских печатных СМИ («Пензенская правда», «Аргументы и факты. Пенза»)

Региональные газеты можно с полным правом назвать социальными в самой своей сути. Жителям глубинки ничто так не интересно, как повседневные нужды простого человека, все то, что происходит рядом – с детьми, их образованием и воспитанием; стариками, инвалидами – и их поддержкой; экологией и городским хозяйством. Поэтому тематику региональной газеты можно рассматривать как социальную. Разумеется, есть разделы, посвященные чисто официальным сводкам, культурным событиям и политическим программам. Однако 80% газетной площади заполнены материалами, касающимися будничных проблем провинциального социума, портретам ярких представителей этого социума и письмам читателей.

В «Пензенской правде» преобладает социальная проблематика (75%). Предметом для написания материала на социальную тему в анализируемом издании являются актуальные события (происшествия) Пензенской области. Материал подается, в основном, с использованием элементов интервью. Как правило, он сопровождается фотографиями, изображениями, не препятствующими усвоению материала, а напротив, способствующему полному восприятию освещаемой проблемы, и служащими дополнением к

тексту. Также могут использоваться вкрапления в тексте, которые позволяют читателю убедиться в достоверности материала.

Как правило, над публикацией работает один автор, который является исследователем данного вопроса. Объем материалов на социальные темы в этой газете может варьировать от 1/3 полосы до целой полосы.

В газете «Пензенская правда» наиболее часто поднимаются следующие социальные темы: проблема ЖКХ, безработицы, сиротства, бизнеса, терроризма. Освещаются проблемы экологии («А лес растет», «Всем двором – к комфорту»), урожайности («Собрали, посчитали – будем сыты», «Растения после заморозков: спасать или пересевать?»). Большой пласт социальных проблем в данной газете – это вопросы спорта, проблема преступности («Это безобразие – Лукашин об отстранении России от Олимпиады-2018», «Нужно ехать на Олимпиаду в Пхенчхан – Кабельский», «В Сердобске мужчина зарезал приятеля спрятанным под подушкой ножом», «В Пензе в ночном ДТП со столбом пострадали девушка и подросток»).

Таким образом, исследования показывают высокий интерес данного издания к социальным проблемам. Важно отметить, что для газеты характерен высокий интерес к отдельным историям и низкий интерес к освещению способов решений и особенно причин проблем.

Одна из важнейших социальных тем пензенской вкладки «Аргументы и факты. Пенза» – проблема преступности. В нее входят: кража, жестокое отношение к детям, аварийные происшествия («На трассе под Пензой загорелся автобус», «Под Пензой отчим жестоко избивал и привязал к кровати 6-летнюю девочку», «В Пензе «продавец антикварных монет» вырвал деньги у покупателя и убежал»). Не малое внимание уделяется проблеме здравоохранения. В материалах издания решаются вопросы здорового образа жизни, специалисты медицины делятся советами, как бороться с гриппом, что помогает от него («Грипп, вакцины и «мутанты». Как встретить «мичиган» во всеоружии», «В Пензенскую область поступила

первая партия вакцины от гриппа для детей»). Средством освещения социальных проблем служат не только непосредственно статьи, заметки и интервью – на сайте газеты есть возможность получить ответ на волнующие читателя вопросы.

На сайте пензенской вкладки также можно найти спецпроекты: «АИФ. Доброе сердце», «Письма на фронт», «Детская книга войны», «Острый угол», «АИФ. Космос». Каждый из них несет в себе определенную функцию в жизни человека. Например, проект «АИФ. Доброе сердце» – благотворительный проект, помогающий детям, оказавшимся в трудной ситуации, людям с тяжелыми заболеваниями. Также данный фонд собирает средства путем продажи художественных произведений, написанных об особых детях (книга «Синдром бабочки»).

Одной из интересных рубрик издания является рубрика «Кухня». Материалы подаются в информационно-справочном жанре (кулинарные рецепты). Часто перед перечислением ингредиентов, входящих в состав блюда, журналист пишет предысторию, в которой рассказывает о том, где впервые появился продукт («Конфеты «Коровка» без сахара», «Самый итальянский соус в мире. Готовим пасту домашним песто»).

Таким образом, сравнив особенности социальной тематики в двух пензенских СМИ, необходимо отметить, что способы подачи информации тождественны, материалы подаются в новостных жанрах журналистики, но приоритеты аудитории разные. Читателей газеты «Пензенская правда» больше интересуют проблемы преступности, вопросы спорта, а аудиторию региональной вкладки «Аргументы и факты» – здравоохранения, кулинарии.

2.3 Жанрово-тематические особенности социальной журналистики в пензенских печатных СМИ («Пензенская правда», «Аргументы и факты. Пенза»)

В газете «Пензенская правда» публикуются материалы в информационных жанрах: заметка (событийная, анонс, аннотация, мини-обозрение, мини-рецензия, блиц-портрет, мини-история, мини-совет), интервью, репортаж.

Чаще всего, на страницах издания информация подается в жанре заметка. Например, для того, чтобы передать краткую информацию о каком-либо культурном мероприятии («С любовью к русской культуре») журналист пишет аннотацию, в которой, по сути дела, говорит когда, где произошло мероприятие, кто присутствовал (21 октября, во Всемирный день русского уединения, на стадионе «Темп», присутствовали заместитель председателя Правительства Пензенской области Олег Ягов и митрополит Пензенский и Нижнеломовский Серафим).

Основной поток информационных публикаций в «Пензенской правде» составляют событийные заметки с элементами интервью. Автор подобных материалов ставит перед собой цель – фактологическое описание. Предметом описания выступают разнообразные мероприятия (события), положение дел в той или иной сфере деятельности. В событийной заметке «На своей энергии далеко уедешь!» Анатолий Володин пишет о запуске станции по генерации пара и электроэнергии. Автор делает акцент на том, что на церемонии открытия участвовал губернатор Пензенской области Иван Белозерцев. Для достоверности информации Анатолий Володин использует прямую речь руководителя предприятия. По словам, Василия Вдолина, в начале 2018 года будет изготовлена шестая бумагоделательная машина.

Часто на первой полосе газеты помещается небольшой материал о каком-либо мероприятии в жанре репортаж. Филипп Митрофанов позволил читателям в своей публикации «Что наша жизнь? Кросс?» с подзаголовком

«В «Кроссе нации – 2017» приняли участие более 7000 пензенцев» увидеть картину происходящего, почувствовать эмоции участников путем создания «эффекта присутствия». Автор написал репортаж, ориентируясь на наглядное изображение кросса. Для передачи всей атмосферы мероприятия Филипп Митрофанов грамотно выстраивает диалоги с участниками (от новичков к опытным соперникам). Тем самым, журналист осуществляет важную функцию при написании информационного репортажа – показать событие с разных ракурсов.

Крупнейшая российская еженедельная газета «Аргументы и факты» рассчитана на читателей старше шестнадцати лет, поэтому в издании освещаются злободневные темы (проблемы), предполагающие глубокое осмысление. Наиболее актуальные из них можно найти в рубриках: «Деньги» («Во что вкладывать деньги в 2018 году? Советы экспертов»; «”Считаю свою жизнь чудом”. Старейший подводник мира о прожитом веке»), «Шоу-бизнес» («”Это вам не Бузова на Первом”. Зрители – о шоу Малахова «Привет, Андрей!»; «Украинское поп-нашествие. Что россияне чаще слушали и смотрели в 2017 году?»), «Культура» («Человек случая. Зигзаги судьбы Игоря Скляра»; «Коллега Валентина Гафта рассказал о состоянии актера после операции») и «Общество» («”Канал на костях — миф”. Какой ценой был построен водный путь Москва-Волга?»; «”100 % хороший парень”. Британцы собрали 16 000 фунтов для «честного бомжа»).

В региональной вкладке «Аргументы и факты. Пенза» также представлены материалы, написанные в информационных жанрах журналистики.

Наиболее часто на страницах издания помещаются публикации в жанре вопрос-ответ. Как правило, подобного рода материалы располагаются в рубрике «Обратная связь», «Вопрос-ответ». Благодаря этой рубрике читатели могут получить ответы на волнующие их вопросы. Как правило, сама рубрика «Обратная связь» делится на подрубрики: «Демография»,

«Транспорт», «ЖКХ» и другие. Это является особенностью пензенской вкладки «Аргументы и факты. Пенза». В рубрике «Демография» журналист делится эмоциями Елены и Алексея Элфимовых, матери трех близнецов: «Долгожданные дети. Характер у них спокойный, отличаем друг от друга просто – мы же родители». Благодаря рубрике «Обратная связь» настраивается тесный контакт с аудиторией.

Мини-истории, опубликованные на страницах пензенской вкладки, погружают аудиторию в иной мир, в мир героев. Данные материалы расположены в рубрике «Судьбы». Мария Позднякова рассказывает об интересной истории Героя Советского Союза Валерия Буркова, который стал монахом. Автор описывает переживания Буркова, которого ранили на войне: «Как мама это переживает? Недавно погиб отец. А теперь вот сын между жизнью и смертью». Мария Позднякова показывает жизненный путь Героя; читатель имеет возможность увидеть Валерия Буркова во время войны и после. Автор данной мини-историей заставляет читателей задуматься над тем, как мы (люди) живем, каковы наши духовные ценности.

Актуальны мини-советы, представленные также на страницах вкладки. Мини-советы позволяют людям (читателям) приобщиться к здоровому образу жизни. Например, Ирина Колесникова рассказывает об эффективных способах похудения: «В современной диетотерапии используют не только всем известные сливы, свёклу, курагу, овсянку и другие богатые клетчаткой продукты. Разнообразная природа нашей страны предполагает и иные варианты: полезными для снижения веса ученые называют панцирь камчатского краба и морскую водоросль ламинарию японскую». Данные советы всегда актуальны, помогают людям в решении трудного вопроса (выбора).

Таким образом, проанализировав жанрово-тематические особенности двух печатных СМИ, можно сделать вывод: в газете «Пензенская правда» и в региональной вкладке «Аргументы и факты» представлены материалы на

социальную тематику, написаны в информационных жанрах журналистики. Особенностью последнего печатного СМИ является рубрика «Вопрос-ответ», которая помогает читателям найти способы решения их проблем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью курсовой работы было рассмотрение журналистики как средство освещения социальных проблем на примере региональной печати Пензенской области.

В ходе анализа было исследовано понятие «социальная журналистика» и отмечены её основные жанры.

Анализ фактического материала позволил выявить и проанализировать жанрово-тематические особенности публикаций на социальную проблематику в районной газете «Пензенская правда» и сопоставить с материалами региональной вкладки «Аргументы и факты. Пенза».

Курсовая работа позволяет выделить следующие темы социальной журналистики столичной и районной периодики: проблемы преступности (коррупция, кража, насилие, убийство и др.); пропаганда здорового образа жизни; темы нравственного воспитания и экологии личности.

В газете «Пензенская правда» и региональной вкладке «Аргументы и факты. Пенза» социальная темы (проблемы) раскрывается через информационные жанры (заметка, репортаж). Интервью представлено в качестве несамостоятельного жанра, а лишь фрагмента в рамках другого жанра.

Таким образом, на настоящем этапе своего развития социальная журналистика в таких региональных СМИ, как газета «Пензенская правда», «Аргументы и факты. Пенза» активно развивается, однако неглубоко, так как авторы изданий не пишут материалы в аналитических жанрах.

В связи с этим следует отметить, что социальная тематика, представленная на страницах печатных общественно-политических изданий, находится на пути начального этапа развития указанной отрасли журналистики.

Возможности дальнейшего исследования заключаются в проведении сопоставительного анализа публикаций социальной тематики как в центральных, так и в региональных периодических изданиях с целью комплексного исследования данной темы и представления рекомендаций для журналистов, работающих по данному направлению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Волков А.А. Курс русской риторики. М.: Издательство храма св.муч. Татианы, 2001, 336 с.
2. Гессен М., Назари М. По жизни: пособие по социальной журналистике. М.: Юнисеф, 2002, 432 с.
3. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2001, 278 с.
4. Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ. Бишкек: Изд-во КРСУ, 2002, 164 с.
5. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: учебное пособие. М., 2008, 180 с.
6. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров. // Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000, 68 с.
7. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. М.: Высшая школа, 2002, 393 с.
8. Мусияченко В.И. СМИ как институт социального управления // Сб. науч. ст. преподавателей Курского ин-та гос. и муниципальной службы: ежегодник. Курск, 2005, 187 с.
9. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000, 158 с.
10. Уколов А.Ю. СМИ и жизненное пространство человека // Российское общество: цивилизованные горизонты трансформации. Саратов, 2005, 187 с.
11. Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учебное пособие. М.: Пульс, 2003, 44 с.
12. Чернега О.П. Гражданская журналистика: характерные черты и методы // Социальная журналистика: профессия и позиция. М.: АСИ, 2005, 155 с.

13. Шостак М. И. Работа репортера. // Учебно-методическое пособие по курсу «Журналистика новостей». – М.: Импэ им. А. С. Грибоедова, 2007, 52 с.