

Секция «Журналистика»

**Социальная журналистика «действия» на примере немецкого
общественного Radio Lotte (Weimar)**

Данилова Дарья Юрьевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: nilavoda@gmail.com

В эпоху тотального инфотейнмента (информирование через развлечение) современный медиа мир сформулировал понятие «журналистика действия». Это журналистика, результатом работы которой является побуждение аудитории к действию, влияние на социальные и политической проблемы общества, формирование общественного мнения. Это очень интересное направление в работе современных СМИ, которое требует глубокого изучения. Важно выявить и проанализировать методы журналистики «действия», а также ее преимущества и способы достижения социальной значимости посредством радио.

В современном радиодиапазоне потребность и возможность заниматься социально значимыми проектами есть далеко не у всех станций. Основная причина заключается в том, что на сегодняшний день большинство радио проектов – коммерческие. Они зарабатывают деньги на рекламе, а потому основная их цель – увеличение объемов аудитории. Самые простые формы эфира, привлекающие слушателя, – облегченная подача информации, развлечение и музыка. Решение социальных и политических проблем в этот ряд не вписывается, поэтому на современном радио услышать о них можно нечасто. Однако есть и такие радиостанций, которые уделяют проблемам общества большое внимание.

Журналистика «действия» на радио существует в различных формах. Все они направлены на влияние на политические ситуации и социальные проблемы, однако различаются в способах воздействия. Некоторые станции глубоко занимаются формированием общественного мнения и влиянием на него. Другие побуждают слушателей к конкретным делам, решениям, участию в акциях по сбору денег и помощи пострадавшим и нуждающимся. Третьи радиостанции сами организуют социально значимые проекты, обращаются за информацией к властным структурам и общественным организациям, привлекают к решению социальных проблем чиновников и общественных деятелей, участвуют в медиа-кампаниях и проектах.

Чрезвычайно любопытен, с точки зрения исследования, опыт немецкого Radio Lotte (Weimar). С 1999 года радиостанция вещает в Веймаре и его окрестностях (Тюрингия, Германия) на волне 106,6 FM [15]. Radio Lotte – общественная станция, она существует на налоги, которые платят владельцы радиоприемников, и в связи с этим не зависит ни от властей, ни от рекламодателей. Поэтому у Radio Lotte есть возможность независимо заниматься журналистикой «действия».

Вот самый яркий пример работы станции в этом ключе. Этот кейс в личном интервью рассказал мне Кристиан Штадали, программный директор Radio Lotte: «10 лет назад в Веймаре должен был проходить нацистский марш. Против него развернулась большая кампания, и Lotte приняло в ней участие. Мы придумали смешную форму

протеста. Мы сказали нашим слушателям: «Когда нацисты будут идти по вашим улицам, поставьте колонки на окна и сделайте погромче». И когда они сделали это, Radio Lotte включило аргентинское танго. И нацистам пришлось маршировать через весь город под рваные ритмы латиноамериканской музыки. Нацисты были очень раздражены, потому что им было очень сложно маршировать в ногу. Это было смешной способ, но таким образом мы показали им, что не хотим видеть их в нашем городе, не хотим жить в этом марше» [16].

Этот случай демонстрирует способность радио участвовать в решении социальных проблем, в частности, участвовать в медиа-кампаниях и организовывать акции протеста. Кроме того, он показывает, как может журналистика «действия» проявлять общественное мнение и влиять на него.

Литература

1. Засурский И.И. «Ре-конструкция России. Масс-медиа и политика в России девяностых». М., 2001.
2. Мастер Радио. Библиотека фестиваля «Вместе – радио». Выпуск 5. Радио во времени и пространстве./Под ред. Г.Сыркова, А.Аллахвердова. М., 2009.
3. Спасение от петли, или о социальной значимости радиопрограмм. // Среда. № 6-7.: <http://www.sreda-mag.ru/mag/23/6.phtml>
4. Сухарева В. Кто пришлет заявок пачку, тот получит... // Среда. № 8-9. С. 17-21.
5. Шерель А.А. Радиожурналистика: Учебник. М., 2000.
6. Guy Starkey, Andrew Crisell. Radio journalism. London, 2009.
7. John Dunning. Tune in yesterday. The ultimate encyclopedia of old-time radio 1925-1976. Englewood Cliffs, NJ, 1976.
8. John Eldridge. Getting the message: news, truth and power. London, 1993.
9. Paul DiMaggio, Eszter Hergittai, W. Russel Neuman, John P. Robinson. Social implications of the Internet // Robin Mansell. The information society / 4 / Everyday life. London, 2009. С. 42-69.
10. Robin Mansell. The power of New Media Networks. // Hammer, Rhonda and Kellner, Douglas (eds.). Media/cultural studies: critical approaches. New York, USA, 2009. С. 107-122.
11. TNS – международная исследовательская компания: <http://www.tns-global.ru/>
12. PODстанция: <http://www.podst.ru/>
13. Covering Health for Radio: An Uphill Struggle. // Uganda Health Reporter. Vol. 2, No. 2., 05.04.2009: <http://www.healthuganda.org/>

14. Linda S. Austin, Katharine Husted. Cost-Effectiveness of Television, Radio, and Print Media Programs for Public Mental Health Education. *Psychiatric Services*, 06.1998: <http://psychservices.psychiatryonline.org/>
15. Radio Lotte (Weimar): <http://www.radio-lotte.de/>
16. Личное интервью с Кристианом Штадали, программным директором Radio Lotte (Weimar), Веймар, Германия, 13.12.2010.