

ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПРОЕКТОВ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В СМИ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

М. Н. Булаева

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Российская Федерация

Данная статья посвящена исследованию медиапроектов социальной направленности, реализованных в средствах массовой информации Челябинской области. Медиапроекты социальной направленности рассматриваются как разновидность журналистских материалов, созданных на основе уникального контента с использованием различных технологических платформ и направленных на решение общественно значимых проблем.

Цель данного исследования – изучение проблемно-тематических особенностей медиапроектов социальной направленности, реализованных в средствах массовой информации Челябинской области в период с 2021 по 2023 год. Обращение к изучению таких медиапроектов обусловлено их актуальностью и социальной значимостью.

Специфика медиапроектов, реализованных в СМИ Челябинской области, выявлена на основе исследования характера социальных проблем, содержания целей, тематического своеобразия материалов.

В результате исследования установлено, что все рассмотренные медиапроекты направлены на решение социально значимых проблем или информирование о них, характеризуются актуальной тематикой и имеют конкретно обозначенную цель, которая в итоге оказалась достигнута. Также анализ медиапроектов показал, что все они реализованы с участием аудитории. Все это позволило отнести медиапроекты к инструментам коммуникации, применяемым редакционными коллективами в процессе социального взаимодействия.

Ключевые слова: социальная журналистика, СМИ, медиапроект социальной направленности, проблемно-тематические особенности.

Введение

Социальная проблематика занимает важное место в информационной повестке региональных СМИ, которые наиболее близки к своей аудитории и пользуются ее доверием.

В освещении социальной проблематики региональные СМИ в настоящее время все чаще предпочитают использовать формат медиапроектов, которые создаются с применением цифровых технологий и представляют собой сложные многокомпонентные журналистские произведения. Медиапроекты социальной направленности нацелены на освещение актуальных проблем общества, а также на их решение.

Цель исследования заключается в изучении проблемно-тематических особенностей медиапроектов социальной направленности на примере проектов, реализованных в средствах массовой информации Челябинской области в период с 2021 по 2023 год. Объектом исследования являются медиапроекты социальной направленности, предметом – проблемно-тематические особенности медиапроектов социальной направленности в СМИ Челябинской области.

Обзор литературы

Исследованию медиапроектов посвящены труды ряда отечественных и зарубежных ученых: М. Н. Безугловой [1], М. В. Соколова [2], Ф. Бэбьюли [3], А. Р. Марфицкой [4], Л. П. Шестеркиной [5]. Особенности организации и реализации общественно зна-

чимых телепроектов рассматривала Е. Л. Дмитренко [6], типы и признаки медиапроектов социальной направленности описала И. А. Зацепина [7]. Социальные проекты российских региональных СМИ в контексте партиципаторной журналистики изучали А. С. Гатилин и Т. И. Фролова [8], опыт реализации социальных проектов в зарубежных медиа рассмотрен в совместной работе А. Лобб, Н. Мок, П. Л. Хатчинсона [9].

Методы исследования

Изучение специфики медиапроектов социальной направленности проводилось на основе методов анализа, синтеза, систематизации, сравнения. Исследование эмпирического материала – контента медиапроектов социальной направленности СМИ Челябинской области – осуществлялось с применением метода содержательного анализа.

Результаты и дискуссия

К определению социальных проблем существует множество подходов, однако в общем смысле под социальной проблемой понимается «...любая негативная социальная ситуация, которая характеризуется масштабностью и препятствует нормальному развитию общества» [10, с. 14]. По мнению Ю. Н. Зарубиной и Е. А. Серовой [11, с. 13], к важнейшим социальным проблемам относятся бедность, нищета населения и неравенство; алкоголизм, пьянство и наркомания; одиночество; социальное сиротство; состояние здоровья населения, распространение ВИЧ / СПИДа; высокая смертность населения; проблема преступности и др.

В работе Е. А. Беловой и В. О. Манушиной представлен перечень основных социально-экономических проблем, к которым исследователи отнесли «...низкий уровень доходов населения и рост цен, безработицу; увеличение числа социально незащищенных лиц; низкое качество медицинского обслуживания детей и молодежи, несоответствие системы образования требованиям рынка труда; неудовлетворительное состояние жилищно-коммунального хозяйства; неблагоприятные условия для развития науки и малого бизнеса, предпринимательской самореализации граждан» [12, с. 159]. Отдельно авторы выделяют «социальные коммуникативно-информационные проблемы: люди становятся разобщенными, отделенными от социума и от природы (что порождает также и социально-экологические проблемы). И даже полезные коммуникативные инструменты, например, всемирная сеть Интернет, становятся лишь очередным средством отчуждения и социальной изоляции, когда утрачиваются навыки реального общения с людьми» [12, с. 160].

Перечень социальных проблем в настоящее время расширился в связи с проведением специальной военной операции (СВО). Исследователи В. А. Воронов, А. А. Гармашев и К. А. Хрипков отмечают, что «...откликом социума на сложившуюся ситуацию стало желание помогать ближнему – это одна из характерных особенностей влияния СВО» [13].

Такой широкий спектр проблем позволяет рассматривать их в качестве предмета социальной журналистики, определяемого Т. И. Фроловой как «...пространство человека во всем разнообразии его отношений: с другими людьми, с социальными институтами, с самим собой» [14].

Характеризуя современное состояние социальной журналистики, Т. И. Фролова в числе прочих выделяет такие тенденции, как «...цифровизация социальной журналистики – вовлечение аудитории в медиапроцессы стало глобальным и многофакторным, <...> возможности мультимедийности и ресурсы медиаплощадок выдвинули гуманитарную тематику в лидеры медиапотребления, <...> оживление социального проектирования в контексте партисипаторности» [15]. Подтверждением данных тенденций как раз и являются медиапроекты социальной направленности, которые в настоящее время активно реализуются как в крупных федеральных СМИ, так и в небольших городских и районных редакциях.

В процессе изучения научной литературы установлено, что исследователи предлагают различные определения понятия «медиапроект». М. В. Соколов под медиапроектом понимает «...деятельность, организованную на основе средств электронных медиа, имеющую общую проблему, цель, согласованные методы, способы

деятельности, направленную на достижение совместного результата деятельности» [2]. По мнению Т. А. Фарафоновой, медиапроект – это и коллективный блог культурной и социальной тематики, и «...площадка для ведения диалога с аудиторией по наиболее актуальным проблемам современного общества» [16]. В данной статье применяется определение медиапроекта, предложенное Л. П. Шестеркиной, – это «...разновидность социального проектирования в области медиа, представляющая собой творческую разработку, обладающую целеполаганием, задачами и характером проектируемых изменений, масштабом и конкретными сроками реализации; выполненная с использованием различных технологических платформ и направленная на достижение целей, имеющих важное социальное значение для развития общества» [5].

Медиапроекты отличаются разнообразием, это обусловлено многовариантностью их целей и задач, тематики и сроков реализации, целевой аудитории и жанровой палитры и т. п. Это могут быть научно-популярные, культурно-просветительские, социальные, образовательные и иные медиапроекты. Содержательная специфика медиапроекта определяется прежде всего целевой установкой, проблематикой и тематикой.

Медиапроекты социальной направленности всегда отражают актуальную тему и проводятся с целью, которая, по мнению И. А. Зацепиной, выражается в «...содействии продвижению освещения социальных аспектов в обществе и сосредоточении на создаваемых и интерпретируемых ими образах социальной жизни» [7, с. 3195]. Еще одной особенностью медиапроектов социальной направленности является их ориентация на широкую аудиторию.

Проблематика таких медиапроектов разнообразна, отражает трудности, с которыми сталкивается отдельный человек, группа лиц, общество в целом. Кроме того, медиапроекты социальной направленности имеют конкретную целевую установку, достижение которой может рассматриваться как результат реализации медиапроекта. Варианты целей могут быть различны и зависят как от лежащей в основе проекта социальной проблемы, так и от тех ресурсов, которые имеются у редакционного коллектива. Например, медиапроекты социальной направленности могут осуществляться с целью сбора средств для помощи нуждающимся, привлечения внимания к проблеме, информирования аудитории, сохранения исторической памяти, консолидации общества, поддержки талантливых и достойных людей и др. Содержание цели может быть различным, главное, она должна быть конкретной и достижимой.

Проблематика и целевая установка определяют тематический спектр журналистских материалов, которые в процессе реализации проекта выступают в качестве медиапродукта. В отличие

от проблемы, формулировка которой может быть достаточно общей, тема всегда точно обозначена. В рамках одного медиапроекта может быть создано несколько материалов разной тематики.

Для изучения содержательных особенностей медиапроектов социальной направленности было рассмотрено 20 проектов, реализованных редакциями средств массовой информации в Челябинской области с 2021 по 2023 гг. Общая характеристика проблематики, тематики и целевой установки рассмотренных медиапроектов представлена в табл.

В основе рассмотренных медиапроектов лежат разные социальные проблемы, некоторые из них проявляются более остро, например, низкий уровень доходов населения, бедность, социальная незащищенность, ограниченные возможности здоровья. Именно на решение таких проблем и были направлены медиапроекты «Подарим праздник детям» (газета «Степные зори»), «Пронзительные строки» (медиахолдинг «Гранада Пресс»), «Теплая помощь» («31 канал»), «Подари свое тепло» (газета «Всходы»), «Сделано с душой» (газета «Горняк Бакала»), «Стань Дедом Морозом», «Творим добро» и «Восход добрых дел» («Аргаяш-медиа»).

Актуальными также являются проблемы в сфере жилищно-коммунального хозяйства (отсутствие благоустройства, недостаточное озеленение), так как от решения этих вопросов также зависит качество жизни людей. Эта проблематика нашла отражение в медиапроектах «Детская площадка – территория комфорта» (газета «Вперед»), Фотоконкурс «За чистоту!» (газета «Знамя Октября»), «Расхламись и подпишись» (газета «Сосновская нива»), а также в акции по посадке деревьев (газета «Звезда»).

В 2022–2023 гг. в связи с проведением специальной военной операции обозначились новые проблемы, для решения которых редакции региональных СМИ реализовали ряд медиапроектов, в процессе которых были собраны вещи, средства первой необходимости для участников СВО, а также оказана моральная поддержка военнослужащим: «Новогодний подарок солдату» (газета «Комсомольская правда-Челябинск»), «Квадрокоптер для Победы!» (газета «Усть-Катавская неделя»), «Подари тепло солдату» (газета «Сельские новости»). Внимание было уделено и семьям мобилизованных, например, редакция газеты «Всходы» реализовала медиапроект «Помоги семье солдата» под девизом «Окружим заботой семьи наших бойцов!».

В качестве проблемной основы медиапроектов редакции газеты «Вперед» выбрали утрату навыков общения («Детство без телефонов»), разобщенность, одиночество («Кабинет психолога»), состояние здравоохранения («Спасатели в белых халатах»).

Точное и подробное описание проблемы необходимо не только для обоснования актуальности и целесообразности медиапроекта, но и для привле-

чения внимания аудитории. В большинстве рассмотренных медиапроектов проблема сформулирована точно и конкретно. Например, в медиапроекте «Восход добрых дел» («Аргаяш-Медиа») каждый видеосюжет начинался с описания проблемы: *«Героями 7-го выпуска проекта “Восход добрых дел” стала семья Валеевых из деревни Большая Исянгильдина. Четверых детей воспитывает одна мама. В 2018 году родительский дом Валеевых сгорел. Сейчас они ютятся в съемной избушке. Мама Маскуда живет мечтой о своем маленьком домике. На счету любая копейка»* [17]. В медиапроекте «Спасатели в белых халатах» обращается внимание на трудности работы врачей: *«В связи с эпидемиологической ситуацией в стране самое сложное задание ложится на плечи спасателей в белых халатах – медикам. Именно к ним спешат пациенты и просят о помощи, и, конечно же, доктора стараются как можно скорее поставить правильный диагноз и вылечить больного»* [18].

Таким образом, проблематика рассмотренных медиапроектов – это и объективно существующие конкретные материальные трудности, и потребности духовного плана: в признании, консолидации.

Анализ целевой установки рассмотренных медиапроектов социальной направленности выявил, что большая их часть нацелена на материальную помощь и поддержку людей, находящихся в трудной жизненной ситуации. Медиапроекты осуществлялись с целью помочь малообеспеченным, многодетным семьям, детям с ограниченными возможностями здоровья. Ряд проектов проводился с целью поддержки одиноких стариков и пожилых людей с ограниченными возможностями здоровья.

Из общего количества рассмотренных медиапроектов половина (10) имеет «материальную» целевую установку (сбор денежных средств, вещей первой необходимости, одежды, книг и др.). В 5 медиапроектах цель достигалась через физическое действие участников (посадить дерево, сдать макулатуру, выйти на субботник и т. п.). Медиапроектов, предполагающих достижение цели через информационное участие аудитории (рассказать стихотворение, поделиться историей и т. д.), – 5.

Достижение цели – один из признаков эффективной реализации медиапроекта. Все рассмотренные медиапроекты реализованы с конкретным результатом: собраны средства, оказана помощь, привлечено внимание и т. п. Информация о достижении целей или решении промежуточных задач представлена в текстах всех медиапроектов. Например, в акции по сбору вещей для мобилизованных, которую провела редакция «Комсомольская правда-Челябинск», описаны ее итоги: *«Люди приезжали со всей области, несли вещи каждый день <...> 10 тонн с лишним гуманитарной помощи мы собрали, и буквально со дня на день*

она поедет до пункта назначения в Волновашский район и Донецк», – объясняет дальнейшую логику директор «Комсомольской правды-Челябинск» Екатерина Парфенова» [19].

Тематический спектр материалов медиапроектов напрямую связан с целевой установкой и проблемой, на решение которой он направлен. Раскрытие темы в текстах медиапроектов происходило, как правило, через описание реальной конкретной ситуации и с участием героя. Например, в видеосюжетах «Аргаяш-Медиа» описаны истории каждого героя медиапроекта «Творим добро», в рамках которого оказана помощь семьям, воспитывающим детей с ограниченными возможностями здоровья.

Также в материалах медиапроектов отражен ход их реализации. Например, в проекте «Книги для школьников» (газета «Сосновская нива») подробно описано то, как родилась идея проекта, как проходил сбор литературы, какие книги приносили люди, как прошла доставка книг в библиотеки Донбасса. Поэтому принцип реализации медиапроекта можно охарактеризовать как сторителлинг, в процессе которого вышло несколько материалов, объединенных тематически.

Все рассмотренные медиапроекты отличает не только значимость проблемы, конкретная достижимая цель и актуальная тематика, но и то, что в них предусмотрено участие аудитории. Таким образом, редакции СМИ выступают как организаторы социального взаимодействия, а медиапроекты – как инструменты коммуникации в обществе: благодаря им люди не только расширяют свое представление о спектре социальных проблем, узнают о способах их решения и перенимают опыт, но и принимают в них непосредственное участие. В текстах рассмотренных медиапроектов часто сообщается информация о тех, кто помог в решении проблемы. Например, в публикации о ходе реализации медиапроекта «Квадрокоптер

для победы» названы имена тех, кто оказал помощь: «Мы уже сообщали, что, наряду с другими горожанами, наиболее значимый взнос сделал пенсионер Александр Падалко. Его поддержала женщина-инвалид, назвавшаяся Людмилой Ивановной. Она внесла 30 тысяч рублей, пожелав, чтобы эти средства были использованы на приобретение дрона» [20]. В публикации об итогах акции «Подарим праздник детям» корреспондент газеты «Степные зори» пишет: «Уже не первый год Черноборская школа участвует в нашей акции, коллектив вместе с детьми собирают игрушки и передают их нам. Огромное спасибо им всем за это неравнодушие! Житель Чесмы Алексей Козлов в этом году предоставил мед, его мы завезли в каждую семью, в которой побывали <...> Татьяна Никитична Ерахтина предоставила денежные средства, на них мы купили более 10 киндер-сюрпризов. Районный совет ветеранов передал нам несколько сладких новогодних кулек. Николай Бенгарт привез в редакцию игрушки. Хотим сказать огромное спасибо всем-всем-всем, кого-то не перечислили, кто-то не захотел быть названным» [21].

Таким образом, исследование проблемно-тематических особенностей медиапроектов социальной направленности в СМИ Челябинской области выявило, что такие проекты нацелены на решение значимой социальной проблемы или информирование о ней. Медиапроекты представляют собой серию журналистских публикаций, однако в их структуре может быть и пользовательский контент. Тема каждого материала уникальна, но все медиапродукты проекта объединены тематически. Обязательным компонентом медиапроекта является целевая установка, которая должна быть четко сформулирована и достижима. Исходные цели рассмотренных медиапроектов были достигнуты, что можно считать одним из критериев их эффективной реализации.

Таблица

Проблемно-тематические характеристики медиапроектов социальной направленности в СМИ Челябинской области

Table

Problem-thematic characteristics of social media projects in the media of the Chelyabinsk region

№ п/п	Название проекта, принадлежность к СМИ	Проблематика	Тематическая направленность	Целевая установка
1	«Восход добрых дел», редакция «Аргаяш-медиа», Аргаяшский район	Низкий уровень доходов населения	Приобретение одежды, вещей первой необходимости, школьных принадлежностей для детей из малообеспеченных семей	Материальная поддержка семей, находящихся в трудной жизненной ситуации
2	«Творим добро», редакция «Аргаяш-медиа», Аргаяшский район	Низкий уровень доходов населения; ограниченные возможности здоровья	Оплата реабилитационного курса; приобретение необходимых удерживающих устройств и средств передвижения для детей-инвалидов; приобретение компьютера, велосипеда	Материальная поддержка семей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья

№ п/п	Название проекта, принадлежность к СМИ	Проблематика	Тематическая направленность	Целевая установка
3	«Стань Дедом Морозом», редакция «Аргаяш-медиа», Аргаяшский район	Низкий уровень доходов населения	Сбор средств на приобретение подарков детям, организация поздравления и вручение подарков детям от Деда Мороза и Снегурочки – сотрудников редакции «Аргаяш-Медиа»	Материальная поддержка многодетных семей
4	«Помоги семье солдата», газета «Всходы», Нагайбакский район	Бытовые трудности у семей мобилизованных на СВО	Забота о семьях мобилизованных на СВО: проведение водопровода в дом, уборка снега на придомовой территории, приобретение дров и т. п.	Всесторонняя поддержка семей мобилизованных на СВО
5	«Подари свое тепло», газета «Всходы», Нагайбакский район	Ограниченные возможности здоровья; одиночество	Поздравление с Новым годом и вручение подарков пожилым людям и детям с ограниченными возможностями здоровья	Моральная поддержка детей с ограниченными возможностями здоровья, одиноких пенсионеров
6	«Сделано с душой», газета «Горняк Бакала», г. Бакал	Состояние здоровья населения; одиночество	Поздравление и вручение новогодних подарков пациентам паллиативного отделения и одиноких пожилых людей	Моральная поддержка людей с ограниченными возможностями здоровья, одиноких пенсионеров
7	«Новогодний подарок солдату», газета «Комсомольская правда–Челябинск»	Потребность участников СВО в вещах и средствах первой необходимости	Сбор вещей и средств первой необходимости для участников СВО	Моральная поддержка и гуманитарная помощь мобилизованным участникам СВО
8	«Подари тепло солдату», газета «Сельские новости», Брединский район	Потребность участников СВО в вещах и средствах первой необходимости	Сбор вещей и средств первой необходимости для участников СВО	Моральная поддержка и гуманитарная помощь мобилизованным участникам СВО
9	Акция по посадке деревьев, газета «Звезда», Агаповский район	Неудовлетворительное состояние ЖКХ	Посадка саженцев на территории поселка	Содействие в благоустройстве территории
10	«Книжки для школьников», газета «Сосновская нива», Сосновский район	Недостаточное оснащение библиотек	Помощь библиотекам Луганской и Донецкой народных республик: сбор детских книг и средств для их приобретения	Поддержка функционирования библиотек Донбасса
11	«Расхламись и подпишись», газета «Сосновская нива», Сосновский район	Неудовлетворительное состояние ЖКХ	Сбор макулатуры и скидка на подписку на газету	Приобщение аудитории к решению экологических проблем
12	«Кабинет психолога», газета «Вперед», Троицкий район	Одиночество; разобщенность	Советы психолога по решению проблем самореализации, общения с окружением	Информирование и помощь в решении психологических проблем
13	«Спасатели в белых халатах», газета «Вперед», Троицкий район	Состояние здравоохранения	Благодарность врачам и другим медицинским работникам	Моральная поддержка профессионалов сфере здравоохранения
14	«Детская площадка – территория комфорта», газета «Вперед», Троицкий район	Неудовлетворительное состояние ЖКХ	Уборка, ремонт и благоустройство детских площадок во дворах	Создание благоприятных и комфортных условий на детских площадках
15	Фотоконкурс «Детство без телефонов», газета «Вперед», Троицкий район	Разобщенность; Утрата навыков общения	Хобби, творческие занятия и увлечения детей	Преодоление зависимости от гаджетов у детей

Продолжение таблицы

№ п/п	Название проекта, принадлежность к СМИ	Проблематика	Тематическая направленность	Целевая установка
16	«Квадрокоптер для Победы!», газета «Усть-Катавская неделя», г. Усть-Катав	Потребности участников СВО в квадрокоптере	Сбор средств от жителей Усть-Катава на покупку квадрокоптера для земляков, участвующих в СВО	Моральная и материальная поддержка участников СВО. Приобретение необходимого оборудования
17	«Подарим праздник детям», газета «Степные зори», Че-менский район	Низкий уровень доходов населения	Сбор средств на приобрете-ние новогодних подарков, организация поздравления и вручение подарков детям	Материальная поддержка малообеспеченных семей
18	«Теплая помощь», «31 канал», г. Челябинск	Бедность, нищета; социальная незащищенность	Помощь людям без опреде-ленного места жительства, сбор денежных средств, вещей первой необходимо-сти, зимней одежды и обуви для бездомных людей	Повышение качества жизни бездомных людей
19	Фотоконкурс «За чистоту!», газета «Знамя Октября», г. Пласт	Неудовлетворительное со-стояние ЖКХ	Участие жителей района в уборке территории	Содействие в проведении субботников
20	«Пронзительные строки», медиахолдинг «Гранада Пресс»	Ограниченные возможности здоровья	Чтение стихов детьми с ограниченными возможно-стями здоровья	Моральная поддержка и содействие развитию твор-ческих способностей детей с ограниченными возможно-стями здоровья

Выводы

Исследование медиапроектов социальной направленности в СМИ Челябинской области позволяет сделать вывод об актуальности проведенного исследования. В процессе изучения установлено, что медиапроекты социальной направленности направлены на решение общественно значи-мых проблем и всегда имеют конкретно обозна-ченную цель.

На основе анализа медиапроектов, реализован-ных в СМИ Челябинской области в 2021–2023 гг., установлено, что в их основе лежат актуальные социальные проблемы: ограниченные возможно-сти здоровья, материальные трудности, участие в СВО, благоустройство территории и охрана окружающей среды, психологические проблемы. В качестве целевой установки в рассмотренных медиапроектах выступает решение обозначенных проблем посредством сбора материальной помо-щи, денежных средств, моральной поддержки лю-дей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. Тематика материалов исследованных медиапроек-тов обусловлена проблемой и целевой установкой. Тема каждого отдельного материала в рамках кон-кретного медиапроекта уникальна, но семантиче-ски связана с остальными.

Достижение поставленных целей в рамках медиапроектов позволяет сделать вывод о том, что в региональных СМИ они выступают как эффек-тивный способ решения социальных проблем и инструмент коммуникации с аудиторией.

Литература

1. Безуглова, М. Н. Медиапроект как бизнес цифровой эпохи / М. Н. Безуглова, А. А. Зубенко // Экономика, управление, финансы : материалы VI Международной научной конференции. – Красно-дар : Новация, 2016. – С. 68–70.
2. Соколов, М. В. Сетевой медиапроект как средство формирования готовности к профессио-нальному саморазвитию будущего педагога / М. В. Соколов // Известия Воронежского государ-ственного педагогического университета. – 2013. – № 10 (85). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevoy-mediaprojekt-kak-sredstvo-formirovaniya-gotovnosti-k-professionalnomu-samorazvitiyu-buduschego-pedagoga> (дата обращения: 10.02.2024).
3. Бэбьюли, Ф. Управление проектом / Ф. Бэбьюли ; пер. с англ. – М. : Гранд Фаир-Пресс, 2002. – 209 с.
4. Марфицына, А. Р. Трансмедийный обра-зовательный проект как инструмент формиро-вания профессиональных компетенций журналиста в условиях цифровой интеграции университетских СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. Р. Марфицына. – Воронеж, 2022. – 24 с.
5. Шестеркина, Л. П. Региональное телеви-дение в процессе социального взаимодействия с обществом (на примере ГТРК «Южный Урал») : монография / Л. П. Шестеркина, Е. Л. Дмитрен-ко. – Челябинск, 2017. – 116 с.
6. Дмитренко, Е. Л. Телепроект как разновид-ность социального проектирования / Е. Л. Дмитрен-ко // Вестник ВГИК. – 2016. – № 1 (27). – С. 128–137.

7. Зацепина, И. А. Понятие, типы и признаки медиапроектов социальной направленности / И. А. Зацепина // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры : материалы Всероссийской научно-методической конференции. – Оренбург : Университет, 2013. – С. 3194–3196.
8. Гатилин, А. С. Социальные проекты местных СМИ в контексте принципов партиципаторной журналистики / А. С. Гатилин, Т. И. Фролова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2021. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-proekty-mestnyh-smi-v-kontekste-printsipov-partitsiparnoy-zhurnalistiki> (дата обращения: 12.02.2024).
9. Lobb A. Traditional and Social Media Coverage and Charitable Giving Following the 2010 Earthquake in Haiti / A. Lobb, N. Mock, P. L. Hutchinson // *Prehospital and Disaster Medicine*. – 2012. – № 27 (4). – P. 319–324.
10. Социальные проблемы : учебное пособие для академического бакалавриата / Н. С. Сыроед, Н. В. Осмачко, Ю. И. Гайнуллина [и др.]. – Владивосток : Изд-во Дальневост. федерал. ун-та, 2020. – 406 с.
11. Зарубина, Ю. Н. Социальные проблемы современного общества : учебно-методическое пособие / Ю. Н. Зарубина, Е. А. Серова. – Ярославль : ЯрГУ, 2018. – 36 с.
12. Белова, Е. А. Социальные проблемы: специфика, уровни и способы разрешения / Е. А. Белова, В. О. Манушина // *Ученые заметки ТОГУ*. – 2015. – Т. 6, № 4. – URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2015/TGU_6_172.pdf (дата обращения: 11.02.2024).
13. Воронов, В. А. Специальная военная операция как триггер изменений социума приграничного региона / В. А. Воронов, А. А. Гармашев, К. А. Хрипков // *Государственная служба*. – 2023. – № 5 (145). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsialnaya-voennaya-operatsiya-kak-trigger-izmeneniy-sotsiuma-prigranichnogo-regiona> (дата обращения: 12.02.2024).
14. Фролова, Т. И. Социальные приоритеты в коммуникативных стратегиях российских СМИ / Т. И. Фролова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-prioritety-v-kommunikativnyh-strategiyah-rossiyskih-smi> (дата обращения: 11.02.2024).
15. Фролова, Т. И. Социальная журналистика: двадцать лет спустя / Т. И. Фролова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2023. – № 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-zhurnalistika-dvadsat-let-spustya> (дата обращения: 11.02.2024).
16. Фарафонова, Т. А. Понятие «медиапроект» и специфика медиапроектирования / Т. А. Фарафонова // *Молодой ученый*. – 2022. – № 23 (418). – С. 613–617.
17. Аргаяш-Медиа. – URL: https://vk.com/voshod74?w=wall-34822270_22143 (дата обращения: 12.02.2024).
18. Спасатели в белых халатах. – URL: <http://74vpered.ru/novosti/zdorove/7522-spasateli-v-belykh-khalatakh/> (дата обращения: 12.02.2024).
19. Саудабаев, И. Шоколадки в носках и письма на узбекском: как в помощи мобилизованным сплотилась вся Челябинская область / И. Саудабаев. – URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/27467.5/4672305/> (дата обращения: 12.02.2024).
20. Батракова, М. Квадрокоптер для Победы! / М. Батракова. – URL: <http://tramuk.ru/novosti/novosti/13018-kvadrokopter-dlya-pobedy.html> (дата обращения: 12.02.2024).
21. Перчаткина, Ю. Мы подарили всем подарки / Ю. Перчаткина. – URL: <https://chesmasz.ru/news/obshchestvo/4065-my-podarili-vsem-podarki.html> (дата обращения: 12.02.2024).

Булаева Мария Николаевна – преподаватель кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), e-mail: bulaevamn@susu.ru. ORCID 0000-0002-6980-0618

Поступила в редакцию 12 марта 2024 г.

DOI: 10.14529/ssh240310

THE PROBLEM-THEMATIC FEATURES OF SOCIAL MEDIA PROJECTS IN THE CHELYABINSK REGION

M. N. Bulaeva

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

This article studies socially oriented media projects implemented in the social media of the Chelyabinsk region. Social media projects are a type of unique journalistic content, using social media platforms and are relevant because they aim at solving socially significant problems.

The article studies the problem-thematic features of these projects in the Chelyabinsk region in the period from 2021 to 2023.

The specifics of the projects were identified on the basis of the nature of the social problems they addressed, their goals, and the thematic originality of materials.

The results established that all the projects are aimed at solving socially significant problems or providing information about them, are characterized by the relevance of the themes, and have a specifically designated goal, which was ultimately achieved. The analysis showed they all were implemented with the involvement of social media audiences, making it possible to classify the projects as communication tools used by editorial teams in social interaction.

Keywords: social journalism, mass media, social media project, problem-thematic features.

References

1. Bezuglova M.N. Mediaproekt kak biznes tsifrovoy epokhi [Media Project as a Business of the Digital Era] // *Ekonomika, upravlenie, finansy: materialy VI Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii*. Krasnodar: Novatsiya, 2016. S. 68–70.
2. Sokolov M.V. Setevoy mediaproekt kak sredstvo formirovaniya gotovnosti k professional'nomu samorazvitiyu budushchego pedagoga [Network media project as a means of developing readiness for professional self-development of a future teacher] // *Izvestiya Voronezhskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. 2013. № 10 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevoy-mediaproekt-kak-sredstvo-formirovaniya-gotovnosti-k-professionalnomu-samorazvitiyu-budushchego-pedagoga> (data obrashcheniya: 10.02.2024).
3. Bjeg'juli F. Upravlenie proektom [Project Management]; per. s angl. M.: Grand Fair-Press, 2002. 209 s.
4. Marficyna A. R. Transmediynny obrazovatel'nyy proekt kak instrument formirovaniya professional'nykh kompetentsiy zhurnalista v usloviyakh tsifrovoy integratsii universitetskikh SMI [Transmedia educational project as a tool for developing professional competencies of a journalist in the context of digital integration of university media]; avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Voronezh, 2022. 24 s.
5. Shesterkina L.P., Dmitrenko E.L. Regional'noe televidenie v protsesse sotsial'nogo vzaimodeystviya s obshchestvom (na primere GTRK «Yuzhnyy Ural») [Regional Television in the Process of Social Interaction with Society (Using the Example of the State Television and Radio Broadcasting Company “South Ural”)]; monografiya. Chelyabinsk, 2017. 116 s.
6. Dmitrenko E.L. Teleproekt kak raznovidnost' sotsial'nogo proektirovaniya [TV Project as a Type of Social Design] // *Vestnik VGIK*. 2016. № 1 (27). S. 128–137.
7. Zacepina I.A. Ponyatie, tipy i priznaki mediaproektov sotsial'noy napravlenosti [Concept, Types and Characteristics of Socially Oriented Media Projects] // *Universitetskiy kompleks kak regional'nyy tsentr obrazovaniya, nauki i kul'tury: materialy Vserossiyskoy nauchno-metodicheskoy konferentsii*. Orenburg: Universitet, 2013. S. 3194–3196.
8. Gatilin A.S., Frolova T.I. Sotsial'nye proekty mestnykh SMI v kontekste printsipov partitsiparnoy zhurnalistiki [Social Projects of Local Media in the Context of the Principles of Participatory Journalism] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. 2021. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-proekty-mestnykh-smi-v-kontekste-printsipov-partitsiparnoy-zhurnalistiki> (data obrashcheniya: 12.02.2024).
9. Lobb A., Mock N., Hutchinson P. L. Traditional and Social Media Coverage and Charitable Giving Following the 2010 Earthquake in Haiti // *Prehospital and Disaster Medicine*. 2012. 27(4). P. 319–324.
10. Social'nye problemy [Social Problems]: uchebnoe posobie dlja akademicheskogo bakalavriata / N.S. Syroed, N.V. Osmachko, Y.I. Gaynullina [i dr.]. Vladivostok: Izd-vo Dal'nevost. federal. un-ta, 2020. 406 s.
11. Zarubina J.N., Serova E.A. Social'nye problemy sovremennogo obshchestva [Social Problems of Modern Society]: uchebno-metodicheskoe posobie. Jaroslavl': JarGU, 2018. 36 s.
12. Belova E. A., Manushina V.O. Social'nye problemy: specifika, urovni i sposoby razresheniya [Social Problems: Specifics, Levels and Methods of Resolution] // *Uchenye zametki TOGU*. 2015. T. 6, № 4. URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2015/TGU_6_172.pdf (data obrashcheniya: 11.02.2024).
13. Voronov V.A. Garmashev A.A., Khripkov K.A. Spetsial'naya voennaya operatsiya kak trigger izmeneniy sotsiuma prigranichnogo regiona [Special Military Operation as a Trigger for Changes in Society in the Border Region] // *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2023. № 5 (145). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsialnaya-voennaya-operatsiya-kak-trigger-izmeneniy-sotsiuma-prigranichnogo-regiona> (data obrashcheniya: 12.02.2024).
14. Frolova T.I. Sotsial'nye priority v kommunikativnykh strategiakh rossiyskikh SMI [Social Priorities in Communication Strategies of Russian Media] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. 2005. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-priority-v-kommunikativnykh-strategiyah-rossiyskih-smi> (data obrashcheniya: 11.02.2024).

15. Frolova T.I. Sotsial'naya zhurnalistika: dvadtsat' let spustya [Social Journalism: Twenty Years Later] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. 2023. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-zhurnalistika-dvadtsat-let-spustya> (data obrashcheniya: 11.02.2024).
16. Farafonova T.A. Ponyatie «mediaproekt» i spetsifika mediaproektirovaniya [The Concept of «Media Project» and the Specifics of Media Design] // *Molodoy uchenyy*. 2022. № 23 (418). S. 613–617.
17. Argayash-Media. URL: https://vk.com/voshod74?w=wall-34822270_22143 (data obrashcheniya: 12.02.2024).
18. Spasateli v belykh khalatakh [Rescuers in White Coats]. URL: <http://74vpered.ru/novosti/zdorove/7522-spasateli-v-belykh-khalatakh/> (data obrashcheniya: 12.02.2024).
19. Saudabaev I. Shokoladki v noskakh i pis'ma na uzbekskom: kak v pomoshchi mobilizovannym splo-tilas' vsya Chelyabinskaya oblast' [Chocolates in Socks and Letters in Uzbek: How the Entire Chelyabinsk Region Rallied to Help those Mobilized]. URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/27467.5/4672305/> (data obrashcheniya: 12.02.2024).
20. Batrakova M. Kvadrokopter dlja Pobedy! [Quadcopter for Victory]. URL: <http://tramuk.ru/novosti/novosti/13018-kvadrokopter-dlya-pobedy.html> (data obrashcheniya: 12.02.2024).
21. Perchatkina J. My podarili vsem podarki [We Gave Everyone Gifts]. URL: <https://chesmasz.ru/news/obshestvo/4065-my-podarili-vsem-podarki.html> (data obrashcheniya: 12.02.2024).

Maria N. Bulaeva – Lecturer of the Department of Journalism, Advertising, and Public Relations, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: bulaevamn@susu.ru

Received March 12, 2024

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Булаева, М. Н. Проблемно-тематические особенности медиапроектов социальной направленности в СМИ Челябинской области / М. Н. Булаева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2024. – Т. 24, № 3. – С. 88–96. DOI: 10.14529/ssh240310

FOR CITATION

Bulaeva M. N. The problem-thematic features of social media projects in the Chelyabinsk Region. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2024, vol. 24, no. 3, pp. 88–96. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh240310
