

Научная статья

УДК 070.1

EDN [YBENXD](#)

DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(2).306-318



Конкурсы по социальной журналистике как объект медиаисследований*

Иванян Р.Г.

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий
и дизайна, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, rouzanna@youthcentre.ru

Аннотация. Автор обращает внимание на конкурсы для журналистов, специализирующихся по социальным темам. Они проводятся в России с 1997 г. и реализуют большой спектр задач. Конкурсы можно структурировать по масштабности, теме, целевой группе, регулярности, сопровождаемым действиям, типу организаторов, количеству номинаций, количеству лауреатов и т.д. Хотя в качестве объекта исследований социальная журналистика привлекает к себе внимание с 1990-х гг., работ, посвященных конкурсам, практически нет. Цель исследования заключалась в изучении конкурсов как формы отражения и реализации социального заказа. Автор опирался на результаты включенного наблюдения и глубинных неструктурированных экспертных интервью. Организаторы конкурсов положительно оценивают свои инициативы, но критичны по отношению к современной социальной журналистике. По их оценке, конкурсы позволяют вывести местные профессиональные достижения на региональный и общедоказательный уровень, или, наоборот, способствуют локализации федеральной повестки. Участие в конкурсе становится формой профессионального признания, оценкой вклада в позитивное преобразование общества. Авторы приобретают дополнительную узнаваемость, конкурсы создают предпосылки для личного профессионального роста. Конкурсы и отражают, и реализуют социальный заказ на тематическую «пересборку» социальной журналистики, признание ценности труда журналистов, профессиональную взаимоподдержку и солидарность, обучение и сотрудничество. В то же самое время налицо и другие тенденции, как в социальной журналистике в целом, так и при проведении конкурсов: попытки создания пула лояльных журналистов и усиления влияния на контент СМИ, самоограничения журналистов при выборе темы, «огосударствление социальной повестки», отказ журналистов от критической рефлексии и запросов к государству как основному гаранту соблюдения прав человека, системного продвижения интересов и заступничества.

Ключевые слова. Социальная журналистика, средства массовой информации, конкурсы для журналистов, журналистика соучастия, социальный заказ.

Финансирование. Публикация статьи профинансирована СПбГУ на основании результатов конкурсного отбора научных мероприятий, рекомендованных к проведению.

Информация о статье. Дата поступления 28 февраля 2025 г.; дата поступления после доработки 12 марта 2025 г.; дата принятия к печати 13 марта 2025 г.; дата онлайн-размещения 10 июня 2025 г.

* Материалы обсуждены на XXVIII международной научно-практической конференции «Журналистика XXI века (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, 22–23 ноября 2024 г.)».

Для цитирования. Иванян Р.Г. Конкурсы по социальной журналистике как объект медиаисследований / Р.Г. Иванян. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(2).306-318. — EDN [YBEHXD](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 2. — С. 306–318.

Original article

Social Journalism Contests in a Focus of Media Research**

R.G. Ivanian 

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russian Federation, rouzanna@youthcentre.ru

Abstract. The contests for journalists writing on social topics have been running in Russia since 1997 and continue creating horizontal ties between journalism and the non-profit sector. Such projects accomplish a wide range of tasks: they promote models of professional behavior and socially significant values, encourage and support those who follow them, set quality standards, strengthen media community. Contests can be structured by scale, theme, target group, regularity, accompanied activities, type of organizers, number of nominations, number of winners, etc. The aim of the study was to examine contests for journalists as a form of representation and implementation of the social demand. The author used the findings of inclusive observation and in-depth unstructured expert interviews (5). The researcher concludes that organizers positively assess the contests but are critical to social journalism. They think that contests strengthen horizontal and vertical channels by bringing local professional achievements to the regional and federal level, or, on the contrary, contribute to the localization of the federal agenda. Participation in a contest, and especially being awarded becomes a form of professional recognition of the journalist, assessment of his or her contribution to the positive transformation of society. Authors gain additional publicity thus one can state that contests create prerequisites for personal vertical or horizontal career development. Contests reflect the social demand for thematic “reconstruction”, recognition of journalists, professional mutual support and solidarity, training and horizontal cooperation. At the same time, the contests demonstrate more questionable trends: attempts to create pools of loyal journalists, increase the influence on media, minimizing the human rights-based approach in social journalism, state dominated agenda and other.

Keywords. Social journalism, participatory journalism, mass media, contests for journalists, social demand.

Funding. The publication of the article was financed by Saint Petersburg State University based on the results of the competitive selection of scientific events recommended for implementation.

Article info. Received February 28, 2025; revised March 12, 2025; accepted March 13, 2025; available online June 10, 2025.

For Citation. Ivanian R.G. Social Journalism Contests in a Focus of Media Research. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 2, pp. 306–318. (In Russian). EDN: [YBEHXD](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(2).306-318.

** The materials were discussed at the XXVIII International Scientific and Practical Conference “Journalism of the XXI Century (Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, November 22–23, 2024)”.

Обоснование проблемы

Социальная журналистика складывалась в нашей стране как функционально-тематическое направление, базирующееся на ценностях гуманизма, соучастия, солидарности, милосердия. Это и трогательные истории горя и преодоления личных и семейных проблем, и анализ государственной социальной политики, и информирование о деятельности третьего сектора и социально-ориентированного бизнеса, и адресные медиапроекты, и краудфандинговые инициативы, направленные на сбор средств для наиболее уязвимых, и многое другое. Социальная журналистика может считаться высшим воплощением «социальности журналистики» [1; 2]. Доминантой здесь является человек, его незащищенность и уязвимость перед социальными, экономическими, военными, экологическими и другими угрозами.

Идеи и принципы социальной журналистики проникают и в другие профессиональные области. Социальное измерение может просматриваться в экономической, политической, спортивной, военной, трэвел и другой журналистике. Оно актуализировано в сетевых, особенно в локальных и гиперлокальных медиа, полностью зависящих от способности найти доступ к «своей» аудитории и удержать ее доверие.

Одной из интересных практик, поддерживающих развитие социальной журналистики, можно назвать конкурсы для профессионалов, обращающихся к гуманитарной повестке. Справедливости ради необходимо отметить, что подобные инициативы осуществляются не только в связи с социальной проблематикой. Общие (например, «Золотое перо», ежегодный Всероссийский конкурс на лучшее журналистское произведение Союза журналистов РФ и др.) и узкотематические профессиональные конкурсы для опытных и начинающих журналистов прочно вписаны в современную медиас-

феру. Они выполняют ряд стратегических и тактических задач, например, «позволяют решать имиджевые задачи ведомствам, правительствам, мотивируют журналистов включаться в политическую повестку» [3, с. 477]. Социальное измерение может просматриваться и в таких конкурсах, например, в виде специальных номинаций. Однако фокус нашего внимания направлен на конкурсы по социальной журналистике, т.е. те, в которых важными критериями для оценки работ становятся не только тематическая близость, но и принципы и ценности гуманистического характера, артикулированные в тексте и, возможно, практических действиях (эмпатии, сочувствия, солидарности, справедливости, уважения человеческого достоинства, активного вмешательства, равенства и др.)

Первый Всероссийский конкурс социальной журналистики состоялся в 1997 г., он назывался «Российская периодика и социально-уязвимые слои населения» [4]. За более, чем четверть века в России сложились определенные схемы проведения конкурсов, подобные мероприятия стали частым элементом социальных проектов некоммерческих, государственных или бизнес-организаций. В качестве примеров можно привести конкурсы для журналистов «Семья и будущее России» — 2024 (организаторы: Фонд Андрея Первозванного, факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, Фонд целевого капитала «Истоки»), «Герои пера» (организатор: Автономная некоммерческая организация «Центр социальных проектов «Быть человеком»), «Нам не все равно!» (организаторы: ресурсный центр НКО «Центр устойчивого развития Псковской области» и Благотворительный фонд развития местного сообщества «Добрый город» (Псков), «Включите свет» (организатор: Альянс независимых региональных издателей) и др.

Уход западных грантодателей на фоне усиления системы отечественных

грантов, кардинальная трансформация социально-политического ландшафта привели к изменению приоритетов, ключевых тем и подходов в социальной журналистике, и, соответственно, содержательных векторов журналистских конкурсов. Сегодня их можно структурировать по масштабности (общероссийские, федеральные, региональные, местные), теме (общие или узкие, например, семья, дети, дети-сироты, наркозависимость, бездомность, инвалидность, онкозаболевания, домашнее насилие и т.д.), целевой группе (начинающие или опытные журналисты, штатные и нештатные, блогеры, авторы Телеграм-каналов и т.д.), регулярности (разовые или регулярные конкурсы), сопровождаемым действиям (предусмотрена ли дополнительная программа для участников или победителей, или нет), типу организаторов (НКО, ГОНГО, государственные структуры, консорциумы и др.), количеству номинаций, количеству лауреатов и т.д.

Однако потенциал конкурсов по социальной журналистике как объекта научных исследований намного больше, чем просто структуризация или поверхностное наблюдение. Предлагаемая статья ставит своей целью апробировать использование этого потенциала для изучения социального заказа.

Теоретическая база исследования

Как объект исследований социальная журналистика привлекает к себе внимание с 1990-х гг. С.Г. Корконосенко [1], И.Г. Ясавеев, М. Дзялошинский [5], М.А. Бережная [6], Т.И. Фролова [7], А.Ю. Горчева [8], И.Д. Фомичева, Л.Л. Решнянская и др. обозначили ключевые принципы социальной журналистики, которые во многом заложили основу для обучения студентов и подготовки современных учебных пособий (например, И.Г. Катенева [9], Э.В. Чепкина [10]).

Исследовательские инициативы последних пяти лет описывают как об-

щие, так и более конкретные тенденции в развитии социальной журналистики (В.Ф. Олешко [11], Р.Г. Иванян [12], М.Н. Булаева [13], Е.А. Илюхина [14], А.Г. Пищаев [15] и др.). Некоторые публикации рассказывают о качественных изменениях, возникающих в том числе и при переходе в цифровую среду (Т.Д. Чемоданова, Д.В. Зубко [16], Т.А. Чабаяева [17], П.В. Нурилова [18], А.С. Гатилин [19], А.Н. Павлова [20], У.Т. Злавдинова [21], J.A. Bagaia [22], U. Krüger [23] и др.)

По наблюдениям Т.И. Фроловой важными тенденциями в современной медиасфере являются оживление социального проектирования в контексте партисипаторности, распространение организационных моделей [7]. К ним можно отнести и конкурсы для журналистов.

Как правило, исследователи редко рассматривают конкурсы для взрослых журналистов в качестве объекта исследования, хотя такие работы встречаются [24]. Западные коллеги анализируют конкурсы как неоднозначную и амбивалентную форму профессионального признания. Получаемые в ходе конкурсов награды соотносятся с престижем и накоплением социального капитала [25]. Некоторые изучают, как меняется ощущение победителей конкурсов, например, фиксируют тот факт, что награжденные начинают воспринимать себя как носителей и ретрансляторов высоких стандартов журналистики и поборников нормативных ролей [26]. Другие исследователи задаются вопросом, могут ли журналистские премии быть показателем мастерства и повышать спрос на качественную журналистику [27].

Иногда авторы используют материалы, поданные на конкурсы, в качестве эмпирической базы. Например, в статье «Семья и будущее России» Л.Г. Свитич привела результаты контент-аналитического анализа 920 публикаций, присланных на одноименный конкурс, проводимый Фондом Андрея Первозванного.

Исследовательница использовала следующие показатели для анализа: тематика и проблематика публикаций, субъекты и объекты, ценностные ориентации, жанровая и стилистическая структура [28].

В целом можно отметить, что исследовательских работ, так или иначе связанных с конкурсами для молодых журналистов (например, [29; 30]), гораздо больше, чем для взрослых журналистов. Но пробел в отсутствии работ, исследующих конкурсы для журналистов в контексте заказа, реализуемого социальной журналистикой, очевиден.

Методология и методы исследования

Цель исследования заключалась в изучении конкурсов для журналистов как формы отражения и реализации социального заказа в современной социальной журналистике. Автор имел возможность опираться на результаты включенного наблюдения в роли члена жюри конкурса «Разные дети — равные права» (2021–2022 гг.), а также данные пяти неструктурированных глубинных интервью, респондентами которых стали представители организаторов региональных («Разные дети — равные права», «Нам не все равно!») и федеральных («Семья и будущее России», «Герои пера») конкурсов.

Опросник включал в себя следующие вопросы: цели конкурсов, сложности, которые встают перед организаторами при подготовке и проведении, критерии и индикаторы для оценки работ, оценка эффективности конкурсов, оценка социального вклада, специфика журналистов как целевой группы проектов, состояние современной социальной журналистики и др.

Результаты исследования

Конкурсы для журналистов, пишущих на социальные темы, стали привычным и востребованным инструментом для долгосрочной работы с медиа, про-

движения новых тем и поддержания профессиональных стандартов.

Инициативы, подобные конкурсам, реализуют разные задачи. Во-первых, они создают пространство для горизонтального взаимодействия СМИ, НКО, государства, бизнеса и, возможно, объединения усилий по решению системных пробелов. Во-вторых, конкурсы позволяют заложить основы для последующей вовлеченности журналистов в процессы продвижения общественных интересов и воздействия на принятие политических решений.

В-третьих, конкурсы становятся первым шагом, «воронкой», для последующего формирования профессионального пространства вокруг определенной темы. Оно обладает потенциалом перерасти в сообщество, но будет ли он использован, зависит от целого ряда факторов. В-четвертых, конкурсы содействуют признанию ценности журналистики для современного общества, а также «валидации» профессионализма и неравнодушия конкретного журналиста. В-пятых, конкурсы реализуют функции выражения благодарности журналистам за их вклад в позитивное преобразование общества. В-шестых, они являются инструментом коллегиальной оценки журналистского труда, включающей обратную связь и сопутствующие ей элементы. В-седьмых, конкурсы становятся площадкой для обмена профессиональным опытом и его репликации.

Важной причиной инициирования конкурсов является ощутимый пробел при освещении какого-либо сектора социальной проблематики. Одна из респонденток отметила, что при предварительном мониторинге публикаций выявилось несколько факторов, ставших предпосылками инициирования проекта. Она отметила некорректный, по мнению организаторов, язык, используемый при описании различных уязвимых категорий, а также распространенность

медийного образа жертвы. Описывая людей, попавших в трудную жизненную ситуацию, журналисты актуализируют дискурсы жертвы и благотворительной помощи, при этом не учитывая мнение, потенциал, активную роль, участие самого героя, считает респондентка. Традиционное описание человека, который нуждается в помощи, в СМИ носит объектный характер: он или она ничего не может сделать для своей защиты и является объектом деятельности специалистов, инициативных групп, властей. Например, главным субъектом при защите прав ребенка выступает родитель, опекун, законный представитель, а не ребенок, то есть ему как субъекту права уделяется незначительная роль. Эксперт отметила: *«Остаются некоммерческие организации, остаются, может быть, какие-то те же самые бизнес-сообщества, которые им помогают, или те же самые благотворительные сборы. А человек теряется. То есть мы собрали, помощь была оказана, мы такие молодцы, купили то-то и то-то. И даже забывают спросить у человека, как его жизнь изменилась. Мне кажется, человеческие истории забываются, уходят на второй план, хотя это основное, ради чего все и делается»* (из интервью). Организаторы конкурса посчитали важным привлечь журналистов к активизации субъектной роли своего героя, даже если это несовершеннолетний.

Не менее значимой причиной проведения конкурсов являются попытки представителей третьего сектора, государственных структур и бизнеса увеличить число публикаций о своей деятельности, заручиться поддержкой медиа и с их помощью — местного сообщества при реализации какой-либо инициативы, *«вырастить своих (лояльных — прим.) журналистов»* (из интервью). Один из опрошенных отмечает: *«Проблема некоммерческих организаций, что про них не пишут. Журналисты приходят в НКО*

по двум причинам: или это будут какие-то звезды, селебритис или олигарх, знаковое лицо для региона. Так как это бывает редко, то такой информационный повод очень сложный. Вторая тема, по которой журналисты приходят в НКО, это деньги. С одной стороны, НКО все в слезах, а с другой стороны — такой фронт журналистики. Две пересекающиеся прямые» (из интервью).

По словам организаторов, они стараются сформировать жюри максимально разнообразным, включив в него представителей социальной сферы, НКО, журналистов, победителей бывших конкурсов. Критерии для оценки конкурсных заявок, с одной стороны, отражают приоритеты организаторов, а с другой — заставляют журналистов посмотреть на свою работу через новую оптику, новый подход и современную этически корректную терминологию. При этом организаторы часто разрабатывают показатели для оценки заявок и работ, но, полагаясь на экспертность, профессионализм и опыт членов жюри, редко предлагают конкретные индикаторы.

Респонденты подчеркивают потребность журналистов в обучении, нетворкинге, повышении квалификации. Они фиксируют большой образовательный потенциал конкурсов, который может быть применен для реализации этих задач. Для региональных журналистов из небольших редакций особенно значимы образовательные визиты в крупные федеральные СМИ, встречи с пресс-службами и отделами по корпоративной ответственности больших российских компаний, общенациональными НКО.

Респонденты считают, что конкурсы приносят позитивные результаты, в качестве индикаторов они апеллируют к улучшению качества заявок на участие в последующих мероприятиях и к усилению аналитического начала в публикациях. Если в начале, при первых попытках участия в конкурсе социальная проблематика ассоциировалась исключительно с жало-

стью и стремлением вызвать эмоциональную реакцию у читателя, то впоследствии, по оценке респондентов, исследовательский подход заметно усилился.

К проблемным аспектам конкурсов респонденты относят общее сокращение финансирования на подобные инициативы, более-менее повторяющийся состав участников и победителей (в силу того, что *«сильные работы у одних и тех же» (из интервью)* и ограниченность круга журналистов, до которых конкурс «может дотянуться».

Долгосрочное влияние конкурсов видится в активизации журналистского сообщества в качестве актора изменений на локальном уровне, развитии социального проектирования в медиасфере.

Результаты экспертных интервью, а также собственные наблюдения автора позволяют утвердительно заявить, что конкурсы и отражают, и воплощают социальный заказ. Так, например, изучая номинации, можно обратить внимание на происходящую «тематическую пересборку» в социальной журналистике. Темы, раскрытие которых сопровождается сильными юридическими рисками (ВИЧ, наркомания, проституция, и др.), артикулированы в меньшей степени. Обращение к ним имеет высокий потенциал конфликтогенности, неудивительно, что находящиеся под прямым или косвенным влиянием местных властей медиа избегают такой повестки.

Ощутимо снижение интереса к сложным темам, вызывающим или в потенциале способным вызвать у аудитории неприятные эмоции и чувства (например, незащитности, потери контроля над ситуацией и др.). Наименьшее число заявок связано с сохранением самобытности народностей, языков, культурных памятников.

В то же время возрастает объем контента, отражающего государственную внутриполитическую повестку (связанному с Годом семьи (2024), Великой Отече-

ственной Войной, помощью воинам СВО и их семьям, волонтерским инициативам «в помощь фронту» и не только). Тенденция «огосударствления», заключающаяся в том, что иерархически главным субъектом социальной сферы изображается государство, самые упоминаемые персоны так или иначе связаны с органами власти, активное освещение получают в первую очередь государственные инициативы социального характера, неоднократно отмечалась и другими исследователями¹. Она проявляет себя как в СМИ, так и в медиаконкурсах. Например, в объеме работ, представленных на конкурс «Семья и будущее России — 2023», значительная доля принадлежит текстам, в которых повествуется о воинах, погибших в ходе СВО. «Как правило, авторы предпочитают интервью очерку, что неудивительно — никто не расскажет о горе искреннее, чем самые близкие для солдата люди: мать, отец, жена» [31].

С одной стороны, считают опрошенные нами организаторы конкурсов, многие НКО сами переориентировались на поддержку, связанную с участниками СВО. Обращение журналистов к этой тематике понятно: именно она доминирует сегодня в социальной сфере. Менее острые темы, например, спасение животных, решение локальных экологических проблем, становятся не столь значимыми, что и отражается в медиа. С другой стороны, в этом стремлении журналистов прослеживается определенный социальный заказ общества и/или государ-

¹ Освещение в СМИ и социальных сетях деятельности негосударственных некоммерческих организаций в России: третья волна. Презентация результатов исследования ЦИРКОН в рамках проекта Агентства социальной информации «НКО-профи» при поддержке Благотворительного фонда Владимира Потанина. Режим доступа: chrome-extension://efaidnbmnnnnbpccajpcgicfindmkaj/https://asi.org.ru/wp-content/uploads/2022/10/prezentaciya_osveshhenie_v_smi_i_soczialnyh_setyah_deyatelnosti_negosudarstvennyh-2022.pdf (дата обращения 22.01.2025).

ства на героизацию современных бойцов, демонстрацию отеческой заботы, совместное проживание горя, принятие ситуации. С третьей стороны, развитие социальной сферы и перенасыщение медиапространства материалами повлекло за собой изменение дискурсов при сохранении самой темы. Например, в ситуации с социальным сиротством произошел медиатранзит (термин Т.И. Фроловой, П.В. Нуриловой) от описания ужасов до рефлексии о причинах и последствиях пребывания несовершеннолетних в детских домах, а также об интеграции выпускников детских домов в социум по достижению 18 лет [18]. Этим можно объяснить снижение числа материалов, подаваемых на конкурс, про гуманитарную помощь детским домам.

Опрошенные нами респонденты фиксируют, что чаще всего социальная тема поднимается журналистами как «самозамкнутая», решение или нивелирование которой зависит либо от самого носителя проблемы, либо от благотворительной, волонтерской неструктурированной и несистемной помощи. Обсуждение и оценка деятельности государственных институтов сокращаются, что заметно не только в снижении критических запросов к органам власти, но и в целом в трансформации дискурса правовой защиты и адвокации при обращении к социальным темам. Применение фрейма правового подхода может существенно трансформировать журналистику, усиливая ее правозащитный потенциал, который заключается в способности обнародовать системные проблемы с доступом к тому или иному социальному праву [там же].

По словам организаторов конкурса «Разные дети — равные права» и собственным наблюдениям автора, на номинации о правах человека приходится меньше всего заявок. В случаях успешных конкретных примеров, когда человеку или поддерживающим его волонтерам удавалось добиться от офици-

альных лиц внимания к своей проблеме, подобное еще сохраняется. Это, по мнению респондента, отражает социальный заказ на позитивные и простые истории успеха, окрашенные приятными эмоциями и чувствами. Однако подобные кейсы вытесняют и подменяют собой подлинный правозащитный дискурс, предполагающий требования от структур, облаченных властью, на основе активной, иногда резкой и критичной позиции. На наш взгляд, отсутствие возможностей для реализации заказа на социальный контроль мешает журналистам применять правозащитную призму в качестве когнитивной рамки. В теории он мог бы быть артикулирован через темы доступа к социальным правам, продвижения интересов уязвимых групп, адвокати́рование и заступничество, но на практике этого не происходит, считают два респондента.

В интервью с одним из экспертов прозвучало: *«Нам было важно, что делают люди не только для социальной помощи, но и для продвижения и защиты интересов. То есть, например, нам не столько было важно понять, как НКО помогают ребенку с инвалидностью, покупая ему различные средства реабилитации или организуя совместные походы в театр или в кино, а как, собственно, они добиваются того, чтобы коммерческие структуры или органы власти обеспечивали эти права на, например, доступную среду»*. Таким образом, фокусы социальных тем смещаются: на уровне заявок видно, что большая часть журналистов пишет о социальной помощи, а не гарантиях и правах уязвимых категорий.

Еще одна причина незначительного и редкого применения правозащитного фрейма, по оценке двух из пяти респондентов, кроется в ориентации государства как основного финансирующего органа на сервисную, помогающую деятельность НКО, что меняет спектр и круг

возможностей третьего сектора. НКО, особенно имеющие тесные связи с государством, выполняют этот социальный заказ, а *«если они (журналисты — прим.) не видят, как НКО защищают права человека, и не видят истории, как, например, родители добиваются соблюдения прав своей семьи и детей, то, соответственно, они об этом не пишут»* (из интервью).

Выводы

Конкурсы для журналистов, пишущих на социальную тематику, выходят за узкопрофессиональные рамки и стремятся стать площадкой для диалога гражданского общества, бизнеса, государства и медиа, выполняя при этом целый ряд задач. Конкурсы и отражают, и реализуют социальный заказ государства, третьего сектора, бизнеса, медиа-сообщества.

Конкурсы создают образовательный ресурс, который может быть использован для повышения профессионального мастерства действующих журналистов и обучения студентов. Так, например, члены жюри конкурса «Семья и будущее России — 2023» предлагают публичный анализ поступивших работ, отмечая не только сильные стороны, но и оплошности, чтобы предотвратить их воспроизведение². Даже простое выкладывание материалов победителей уже само по себе создает «копилку» журналистских качественных публикаций, продлевая срок их «жизни» и не позволяя затеряться в медиaprостранстве. Сопровождение конкурсов медиашколами, семинарами, тренингами, обучающим визитами, встречами с экспертами усиливает образовательный

эффект, но обучение может происходить и неформально, например, в ходе обсуждения практик, обмена опытом.

По мнению организаторов, конкурсы укрепляют не только горизонтальные, но и вертикальные линии: позволяют выводить местные профессиональные достижения на региональный и общенациональный уровень, или, наоборот, способствуют локализации общенациональной повестки.

Участие в конкурсе, и особенно выигрыш, становится формой профессионального признания журналиста, оценкой его вклада в позитивное преобразование общества. Авторы приобретают дополнительную узнаваемость, аудитория их материалов растет. Конкурсы создают предпосылки для личного вертикального или горизонтального роста и дают возможность журналисту выйти на новый уровень своей деятельности.

Демонстрируя примеры качественной, с точки зрения организаторов, журналистики, конкурсы вносят важный вклад в концептуализацию профессиональных стандартов, обозначают нормы и контекстуальные требования к профессии на ее современном этапе. Они также служат актуализации определенных ценностных ориентаций, идей.

В то же время конкурсы обнажают скрытые проблемы социальной сферы и журналистики, например, самоограничение журналистов при выборе темы, общую тематическую «пересборку», выбор фокусов и фреймов, отражающих и поддерживающих государственную повестку, вытеснение из медийного пространства акторов, действующих вне актуального социального заказа.

Нельзя отрицать и тот факт, что порой конкурсы для журналистов преследуют и вполне прагматичные, часто не озвучиваемые в публичном дискурсе, цели. Например, формирование лояльности медиасообщества к власти, создание пула доверенных журналистов, кото-

² Статьи и интервью. URL: <https://fap.ru/news-articles-and-interviews> (дата обращения 22.03.2024); Высший балл — за искренность без глянца и парад. URL: <https://fap.ru/tpost/d2ax408xd1-visshii-ball-za-iskrennost-bez-glyantsa> (дата обращения 22.02.2025).

рые в дальнейшем смогут откликаться на предлагаемые информационные поводы и темы, создавая, размещая нужный контент. Еще одна задача бывает связана с продвижением позитивного бренда организаторов или спонсоров конкурсов.

Перспективы конкурсов как формы работы с журналистами вполне оптимистичны. Обоюдное привыкание к такой форме работы, с одной стороны, закладывает нормативные ожидания, упрощает схему проектирования, а с другой —

оставляет пространство для инноваций незначительным. Наибольший потенциал конкурсов видится в возможности обучения и нетворкинга для практикующих журналистов.

Конкурсы для журналистов имеют большой исследовательский потенциал, перспективным направлением было бы изучение профессиональных и личностных траекторий журналистов-победителей, оценка влияния участия в конкурсе на их профессиональный капитал.

Список использованной литературы

1. Корконосенко С.Г. Социальность журналистики и медиа: методологические подходы / С.Г. Корконосенко. — DOI 10.17150/2308-6203.2020.9(3).417-430. — EDN [BLPHDY](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 3. — С. 417–430.
2. Социальность журналистики, медиа и интернета: поиски перспективы / А.Н. Марченко, А.С. Веденклей, Л. Янь, К. Инкю. — DOI 10.17223/26188422/13/3. — EDN [RVNIMF](#) // Вопросы журналистики. — 2023. — № 13. — С. 49–69.
3. Каминская Т.Л. Конкурс журналистских работ как социальный заказ / Т.Л. Каминская, А.М. Шестерина. — EDN [OWLWMM](#) // Журналистика XXI века: социальный заказ : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 22–23 нояб. 2024 г. — Санкт-Петербург, 2024. — С. 471–479.
4. Российская периодика и социально уязвимые слои населения / под общ. ред. М. Дзялошинской. — Москва : Информ-контакт, 1997. — 102 с.
5. Дзялошинский И.М. Российские медиа в период пандемии. Статья первая: целевые установки, коммуникативные технологии и способы воздействия на сознание и поведение людей / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. — DOI 10.17223/26188422/11/1. — EDN [NQDMYS](#) // Вопросы журналистики. — 2022. — № 11. — С. 5–41.
6. Бережная М.А. Социальная журналистика как проблемно-тематическое направление в подготовке журналистов / М.А. Бережная. — EDN [XNDTTO](#) // Очерки Петербургской школы журналистики : сб. статей. — Санкт-Петербург, 2020. — С. 236–250.
7. Фролова Т.И. Социальная журналистика: двадцать лет спустя / Т.И. Фролова. — DOI 10.30547/vestnik.journ.6.2023.118146. — EDN [KFWDSE](#) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2023. — Т. 48, № 6. — С. 118–146.
8. Горчева А.Ю. Нищенство и благотворительность в России. Российский журнал как источник сведений о социальных приоритетах общества / А.Ю. Горчева. — Москва : Духовное возрождение, 1999. — 223 с.
9. Катенева И.Г. Социальная журналистика : учеб. пособие / И.Г. Катенева. — Новосибирск : Изд-во НГПУ, 2013. — 232 с.
10. Чепкина Э.В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учеб. пособие / Э.В. Чепкина. — Москва : Юрайт, 2024. — 115 с. — EDN [CQDDGX](#).
11. Олешко В.Ф. Социальная журналистика в контексте развития тенденций цифровизации контента / В.Ф. Олешко, В.М. Журавлева. — EDN [ICPGZB](#) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2023. — № 4. — С. 152–155.
12. Иванян Р.Г. Медиарепрезентация солидарности при гуманитарных катастрофах (на примере паводка на Урале в апреле 2024г.) / Р.Г. Иванян. — DOI 10.51965/2076-7919_2024_2_2_97. — EDN [AVRRVC](#) // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. — 2024. — Т. 2, № 2(44). — С. 97–110.
13. Булаева М.Н. Проблемно-тематические особенности медиапроектов социальной направленности в СМИ Челябинской области / М.Н. Булаева. — DOI 10.14529/ssh240310. — EDN [CMYHSP](#) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. — 2024. — Т. 24, № 3. — С. 88–96.

14. Илюхина Е.А. Общественный статус и предназначение социальной журналистики в региональных СМИ / Е.А. Илюхина. — EDN [YAZDVI](#) // Стратегия развития региональных СМИ: проблемы и перспективы : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф., Курск, 26–27 нояб. 2020 г. — Курск, 2020. — С. 58–63.
15. Пищяев А.Г. Социальная журналистика в отечественных СМИ: специфика и функциональность / А.Г. Пищяев. — DOI 10.18411/trnio-03-2022-117. — EDN [WDIQQI](#) // Тенденции развития науки и образования. — 2022. — № 83-3. — С. 108–114.
16. Зубко Д.В. Социальная проблематика в журналистских поликодовых текстах / Д.В. Зубко. — EDN [QEPHBE](#) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2024. — № 1. — С. 111–115.
17. Чабаяева Т.А. Социальная тематика на страницах региональных печатных изданий / Т.А. Чабаяева. — DOI 10.36684/118-2024-1-1-82-86. — EDN [ODGWOL](#) // Научный бюллетень Чеченского государственного университета им. А.А. Кадырова. — 2024. — № 1(1). — С. 82–86.
18. Нурилова П.В. Медиатранзит проблем социальной сферы в российских СМИ: 1990–2010 гг. (на примере социального сиротства) / П.В. Нурилова. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(1). — EDN [ZQSKIX](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 1. — С. 158–172.
19. Гатилин А.С. Социальные проекты СМИ как инструмент развития местных сообществ : автореф. дис. ... канд. филолог. наук : 10.01.10 / А.С. Гатилин. — Москва, 2022. — 186 с.
20. Павлова А.Н. Человекоцентричность как сквозное явление в российских медиа: медиахолдинги, онлайн-проекты, подкасты / А.Н. Павлова. — DOI 10.51965/2076-7919_2023_2_2_182. — EDN [EVDMVH](#) // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. — 2023. — Т. 2, № 2(41). — С. 182–192.
21. Злавдинова У.Т. Практика социальной работы в социальных медиа: этические вопросы / У.Т. Злавдинова. — DOI 10.26577/jpcr.2022.v82.i4.07. — EDN [KHLLEW](#) // Вестник казахского национального университета. Серия: Психология и социология. — 2023. — № 83(4). — С. 71–80.
22. Bagueia J.A. The Media and Social Problems / J.A. Bagueia // The Palgrave Handbook of Global Social Problems. — Cham : Springer International Publ, 2023. — P. 1–18.
23. Neutral Observers or Advocates for Societal Transformation? Role Orientations of Constructive Journalists in Germany / U. Krüger, M. Beiler, T. Gläßgen [et al.]. — DOI 10.17645/mac.v10i3.5300 // Media and Communication. — 2022. — No. 10(3). — P. 64–77.
24. Чумиков А.Н. Государственные медийные конкурсы как форма продвижения патриотических ценностей / А.Н. Чумиков. — DOI 10.14529/ssh240313. — EDN [BFPLRI](#) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. — 2024. — Т. 24, № 3. — С. 111–120.
25. Nölleke D. The Ambivalence of Recognition: How Awarded Journalists Assess the Value of Journalism Prizes / D. Nölleke, F. Hanusch, P. Maares. — DOI: 10.1177/14648849221109657 // Journalism. — 2022. — No. 24(7). — P. 1406–1423.
26. Kibarabara J. Missionaries of Excellence? Post-Award Role Orientations of Journalism Prize Winners / J. Kibarabara, D. Cheruiyot, B. Muindi. — DOI 10.1080/1461670X.2022.2142647 // Journalism Studies. — 2022. — No. 24 (1). — P. 45–65.
27. Wellbrock C.-M. Effects of Journalism Awards as Quality Signals on Demand / C.-M. Wellbrock, M. Wolfram. — DOI 10.1177/1464884919876223 // Journalism. — 2021. — No. 22(10). — P. 2531–2547.
28. Свитич Л.Г. Тематика и проблематика публикаций на темы семьи (контент-аналитическое исследование конкурсных материалов) / Л.Г. Свитич. — DOI 10.17150/2308-6203.2016.5(3).423-439. — EDN [WKETKT](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 3. — С. 423–439.
29. Юдина Е.Ю. Конкурсы молодых журналистов: диалектика гиперлокального общезначимого / Е.Ю. Юдина. — EDN [TGRCAN](#) // Динамика медиасистем. — 2022. — Т. 2. — С. 180–187.
30. Иванян Р.Г. Социальные права как ценностная рамка в журналистике / Р.Г. Иванян. — EDN [AYHDPS](#) // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 05–06 февр. 2024 г. — Москва, 2024. — С. 58–59.
31. Полежаева С. Обзор лучших работ конкурса «Семья и будущее России - 2023» в номинации «Печатные СМИ» / С. Полежаева // Фонд Андрея Первозванного. — URL: <https://fap.ru/tpost/0vroy9mn71-obzor-luchshih-rabot-konkursa-semya-i-bu>.

References

1. Korkonosenko S.G. Sociality of Journalism and Mass Media: Methodological Approaches. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 3, pp. 417–430. (In Russian). EDN: [BLPHDY](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(3).417-430.
2. Marchenko A.N., Vedenklei A.S., Yan' L., Inkyu K. The Sociality of Journalism, Media and the Internet: In Search of a Perspective. *Voprosy zhurnalistiki = Journalism Issues*, 2023, no. 13, pp. 49–69. (In Russian). EDN: [RVNIMF](#). DOI: 10.17223/26188422/13/3.
3. Kaminskaya T.L., Shesterina A.M. Journalistic Competition as a Social Order. *Journalism of the 21st Century: Social Order. Materials of International Scientific Conference, Saint Petersburg, November 22–23, 2024*. Saint Petersburg, 2024, pp. 471–479. (In Russian). EDN: [OWLWMM](#).
4. Dzyaloshinskaya M. (ed.). *Russian Periodicals and Socially Vulnerable Groups of the Population*. Moscow, Inform-kontakt Publ., 1997. 102 p.
5. Dzyaloshinskii I.M., Dzyaloshinskaya M.I. Russian Media During the Pandemic. Article One: Goals, Communication Technologies and Methods of Influencing People's Minds and Behavior. *Voprosy zhurnalistiki = Journalism Issues*, 2022, no. 11, pp. 5–41. (In Russian). EDN: [NQDMYS](#). DOI: 10.17223/26188422/11/1.
6. Berezhnaya M.A. Social Journalism as a Problem-Thematic Direction in Training Journalists. *Essays of the Saint Petersburg School of Journalism. Collected Papers*. Saint Petersburg, 2020, pp. 236–250. (In Russian). EDN: [XNDTTO](#).
7. Frolova T.I. Social Journalism: Twenty Years Later. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistska = Moscow University Journalism Bulletin*, 2023, vol. 48, no. 6, pp. 118–146. (In Russian). EDN: [KFWDSB](#). DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2023.118146.
8. Gorcheva A.Yu. *Beggarly and Charity in Russia. Russian Journal as a Source of Information on the Social Priorities of Society*. Moscow, Dukhovnoe vozrozhdenie Publ., 1999. 223 p.
9. Kateneva I.G. *Social Journalism*. Novosibirsk State Pedagogical University Publ., 2013. 232 p.
10. Chepkina E.V. *Social Journalism. Problems of Tolerance in the Media*. Moscow, Yurait Publ., 2024. 115 p. EDN: [CQDDGX](#).
11. Oleshko V.F., Zhuravleva V.M. Social Journalism in the Context of the Development of Trends in the Digitalization of Content. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistska = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2023, no. 4, pp. 152–155. (In Russian). EDN: [ICPGZB](#).
12. Ivanyan R.G. Media Representation of Solidarity During the Humanitarian Crises (Case of Urals Flood, April 2024). *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2024, vol. 2, no. 2, pp. 97–110. (In Russian). EDN: [AVRRVC](#). DOI: 10.51965/2076-7919_2024_2_2_97.
13. Bulaeva M.N. The Problem-Thematic Features of Social Media Projects in the Chelyabinsk Region. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-gumanitarnye nauki = Bulletin of the South Ural State University. Series: Social Sciences and the Humanities*, 2024, vol. 24, no. 3, pp. 88–96. (In Russian). EDN: [CMYHSP](#). DOI: 10.14529/ssh240310.
14. Ilyukhina E.A. *Social Status and Purpose of Social Journalism in Regional Media. Strategy for the Development of Regional Media: Problems and Prospects. Materials of the 4th International Scientific Conference, Kursk, November 26–27, 2020*. Kursk, 2020, pp. 58–63. (In Russian). EDN: [YAZDVI](#).
15. Pishchaev A.G. Social Journalism in Domestic Media: Specifics and Functionality. *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya = Trends in the Development of Science and Education*, 2022, no. 83-3, pp. 108–114. (In Russian). EDN: [WDIQQI](#). DOI: 10.18411/trnio-03-2022-117.
16. Zubko D.V. Social Issues in Journalistic Polycode Texts. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistska = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2024, no. 1, pp. 111–115. (In Russian). EDN: [QEPHBE](#).
17. Chabaeva T.A. Social Issues on the Pages of Regional Printed Publications. *Nauchnyi byulleten' Chechenskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.A. Kadyrova = Scientific Bulletin of Kadyrov Chechen State University*, 2024, no. 1, pp. 82–86. (In Russian). EDN: [ODGWOL](#). DOI: 10.36684/118-2024-1-1-82-86.
18. Nurilova P.V. Mediatransit of Social Issues in Russian Media: 1990–2010 (Case Study of Social Orphanhood). *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 1, pp. 158–172. (In Russian). EDN: [ZQSKIX](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(1).

19. Gatilin A.S. *Social Media Projects as a Tool for Local Community Development*. Cand. Diss. Thesis. Moscow, 2022. 186 p.
20. Pavlova A.N. Human-Centricity as a CrossCutting Phenomenon in Russian Media: Media Holdings, Online Projects, Podcasts. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatishchev*, 2023, vol. 2, no. 2, pp. 182–192. (In Russian). EDN: [EVDMVH](#). DOI: 10.51965/2076-7919_2023_2_2_182.
21. Zlavdinova U.T. Practice of Social Work in Social Media: Ethical Issues. *Vestnik Kazakhskogo Natsional'nogo Universiteta. Seriya: Psikhologiya i sotsiologiya = Bulletin of the Kazakh National University. Psychology and Sociology*, 2023, vol. 83, no. 71–80. EDN: [KHLLFW](#). DOI: 10.26577/jpcp.2022.v82.i4.07.
22. Bagaia J.A. The Media and Social Problems. *The Palgrave Handbook of Global Social Problems*. Cham, Springer International Publ, 2023, pp. 1–18.
23. Krüger U., Beiler M., Gläßgen T., Kees, M., Küstermann M. Neutral Observers or Advocates for Societal Transformation? Role Orientations of Constructive Journalists in Germany. *Media and Communication*, 2022, no. 10, pp. 64–77. DOI: 10.17645/mac.v10i3.5300.
24. Chumikov A.N. State Media Contests as a Form of Promoting Patriotic Values. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-gumanitarnye nauki = Bulletin of the South Ural State University. Series: Social Sciences and the Humanities*, 2024, vol. 24, no. 3, pp. 111–120. (In Russian). EDN: [BFPLRI](#). DOI: 10.14529/ssh240313.
25. Nölleke D., Hanusch F., Maeres P. The Ambivalence of Recognition: How Awarded Journalists Assess the Value of Journalism Prizes. *Journalism*, 2022, no. 24(7), pp. 1406–1423. DOI: 10.1177/14648849221109657.
26. Kibarabara J., Cheruiyot D., Muindi B. Missionaries of Excellence? Post-Award Role Orientations of Journalism Prize Winners. *Journalism Studies*, 2022, no. 24, pp. 45–65. DOI: 10.1080/1461670X.2022.2142647.
27. Wellbrock C.-M., Wolfram M. Effects of Journalism Awards as Quality Signals on Demand. *Journalism*, 2021, no. 22, pp. 2531–2547. DOI: 10.1177/1464884919876223.
28. Svitich L.G. Subject and Perspective of Publications on Family Subjects (Content and Analytical Research of Competitive Materials). *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2016, vol. 5, no. 3, pp. 423–439. (In Russian). EDN: [WKETKT](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(3).423-439.
29. Yudina E.Yu. Competitions for Young Journalists: The Dialectics of Hyperlocal and General Valid. *Dinamika mediasistem = Dynamics of Media Systems*, 2022, vol. 2, pp. 180–187. (In Russian). EDN: [TGRCAN](#).
30. Ivanyan R.G. Social Rights as a Value Framework in Journalism. *Journalism in 2023: Creativity, Profession, Industry. Materials of International Scientific Conference, Moscow, February 05–06, 2024*. Moscow, 2024, pp. 58–59. (In Russian). EDN: [AYHDPS](#).
31. Polezhaeva S. Review of the Best Works of the Competition “Family and the Future of Russia — 2023” in the Nomination “Printed Media”. *Fond Andrey Pervozvannogo*. Available at: <https://fap.ru/tpost/Ovroy9mn71-obzor-luchshih-rabot-konkursa-semya-i-bu>. (In Russian).

Информация об авторе

Иванян Рузанна Гургеновна — кандидат политических наук, доцент кафедры журналистики и медиатехнологий средств массовой информации, Высшая школа печати и медиатехнологий, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна; г. Санкт-Петербург, Российская Федерация,  <https://orcid.org/0000-0002-8210-3606>, SPIN-код: 3236-3748, Scopus Author ID: 57192070425, ResearcherID: B-1007-2015.

Author Information

Ruzanna G. Ivanyan — PhD in Political Studies, Associate Professor, Department of Journalism and Media Technologies of Mass Media, Higher School of Press and Media Technologies, Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russian Federation,  <https://orcid.org/0000-0002-8210-3606>, SPIN-Code: 3236-3748, Scopus Author ID: 57192070425, ResearcherID: B-1007-2015.