

О. П. Михайлова,
аспірантка

УДК 070.431.6-056.24: 316.774:654.1 (477)

Стандарти відображення проблем людей з інвалідністю в теленовинах

Стаття присвячена дослідженню стандартів, правил та принципів висвітлення соціальної проблематики в українських теленовинах.

Загальною тенденцією новин на телебаченні стало тяжіння до висвітлення й вирішення конкретних соціальних проблем (насильства в сім'ї, безпритульності, проблем дитинства, торгівлі людьми, ВІЛ/СНІДу, питань, що стосуються здорового способу життя та ін.). У статті розглянуто медіаматеріали, присвячені соціальним проблемам людей з інвалідністю. Проаналізовано основні та вечірні випуски теленовин каналу «СТБ». Визначено загальні тенденції висвітлення соціальної проблематики та проілюстровано їх конкретними прикладами. Сформульовано рекомендації щодо правил та принципів подальшого висвітлення соціальної проблематики в теленовинах.

Ключові слова: соціальні проблеми, інваліди, стандарти, правила, принципи, теленовини.

Вступ. Новинна телевізійна журналістика як визначальний чинник формування громадської думки має всі умови для скеровування чи маніпулювання громадською свідомістю щодо розуміння соціальних проблем. На це можуть вплинути текст, окрема лексема, відеоряд, редакційна верстка та інші обов'язкові елементи комплексу виробництва новин. Аудиторія має вирішальний вплив на майбутнє медіакомунікацій (у тому числі формату теленовин), бо саме вона своєю волею, уповноважуванням приймає або відкидає те, що їй запропоновано. І це право – активно впливати на зміст, форми соціальних комунікацій – повинні забезпечити сприймачам самі медіа.

Об'єктом дослідження виступають основні (18.00) та вечірні (22.00) випуски новин на каналі «СТБ» («Вікна»).

Предмет дослідження – принципи та правила висвітлення соціальної проблематики у випусках новин каналу.

Мета дослідження – визначити правила та принципи висвітлення соціальної проблематики у випусках українських теленовин.

Досягнення поставленої мети пов'язане з вирішенням таких завдань:

- виокремити специфіку висвітлення соціальної проблематики в журналістських телематеріалах;
- на основі власного моніторингу простежити загальні тенденції дотримання стандартів;
- сформулювати рекомендації щодо відображення соціальних проблем людей з інвалідністю.

Наукова новизна дослідження полягає у виокремленні специфіки, принципів та правил висвітлення соціальних проблем у теленовинах. У роботі вперше показано загальні тенденції дотримання

принципів та стандартів висвітлення соціальних проблем у новинних програмах каналу «СТБ».

Тему принципів та стандартів журналістики загалом і соціальної зокрема досліджували такі українські науковці, як В. Іванов, О. Чекмишев, В. Різун, В. Сердюк, В. Качкан, І. Мащенко, А. Москаленко, К. Шендеровський, Т. Шевченко, А. Топчій, О. Лаврик, а також західні фахівці К. Майер, Е. Фіхтеліус, М. Стівенс.

Методи дослідження. У статті були використані такі загальнонаукові методи, як метод наукового аналізу, класифікації, типологічний, статистичний, контент-аналіз та ін., які при дослідженні контенту теленовин мали свої особливості.

Метод типології відіграв важливу роль під час вивчення складових елементів розуміння соціальної проблеми. У подальшому процесі дослідження аналіз дав змогу виокремити головні правила та принципи висвітлення соціальної проблематики, виявити порушення цих принципів та форми порушень.

Спостереження – це систематичне, цілеспрямоване вивчення об'єкта. У нашому дослідженні спостереження є систематичним (перегляд контенту теленовин), цілеспрямованим (має на меті фіксацію висвітлення соціальних проблем з його подальшим аналізом) та відповідає всім теоретичним вимогам:

- задуманості заздалегідь (спостереження проводиться для певного, чітко поставленого завдання – простежити правила та принципи висвітлення соціальних проблем людей з інвалідністю);

- планованості (виконується за планом, складеним відповідно до завдання спостереження: факт фіксації матеріалу, окреслення його



основних рис, простеження дотримання принципів і правил, фіксація ефірного часу);

- цілеспрямованості (спостерігаються лише певні сторони явища, що викликають інтерес при дослідженні, – у нашому випадку досліджено, наскільки пріоритетними є соціальні проблеми для телеканалів, наскільки збалансовано вони висвітлені, які журналісти про це говорять та яких принципів та правил дотримуються);

- активності (спостерігач активно шукає потрібні об'єкти, риси, явища – проводиться моніторинг та контент-аналіз, зокрема, у нашому дослідженні часто джерелом для пошуку був офіційний сайт телеканалу «СТБ», оскільки не завжди була змога переглядати теленовини в прямому ефірі. Тому пошук на сайті відповідних телематеріалів мав абсолютно конкретні, чітко поставлені завдання);

- систематичності (спостереження ведеться безперервно або за певною системою – щоденний перегляд та моніторинг новин або ж їх простеження на сайті телеканалу. Цей процес є систематичним, оскільки дослідження охоплює тривалий відтинок часу, і протягом цього періоду пошук, аналіз, окреслення певних потрібних для вивчення рис проводилися постійно).

Метод контент-аналізу варто використовувати в дослідженні простих і складних якісних ознак, і особливо широко він застосовується для формалізованого опрацювання великих за обсягом і різномірних за змістом видів або комплексів джерел.

У нашому дослідженні контент-аналіз допоміг з'ясувати загальні та конкретні тенденції подання теленовин. Загалом у випадку вивчення правил та принципів висвітлення соціальної проблематики в теленовинах йдеться не лише про частоту дотримання/порушення цих правил та принципів, а й про факт їх наявності/відсутності.

Крім загальнонаукових та конкретно-наукових методів, також для аналізу окремих телематеріалів ми використовували рекомендації, надані безпосередньо фахівцями. Більшість рекомендацій та експертних думок стосуються правил та принципів слововживання. Зокрема, практичні рекомендації щодо вживання термінологічної бази під час спілкування журналістів з представниками різних соціально вразливих груп (на прикладі людей з обмеженими можливостями): десять загальних правил етикету; правила коректного спілкування з людьми, які мають труднощі при пересуванні; правила спілкування з людьми, які мають порушення зору, слуху чи мовлення; поради під час спілкування з людьми із затримкою в розвитку чи людьми-гіперкінезами тощо.

Наприклад, у темі, що стосується людей з обмеженими фізичними можливостями, є багато суперечностей з приводу того, яке слово краще вживати: інвалід, людина з обмеженими

можливостями, людина з особливими потребами тощо.

У запропонованому дослідженні ми намагалися використовувати методологію, рекомендовану як журналістами і публічними інтелектуалами, так і соціальними фахівцями-практиками [1].

Результати й обговорення. Фріман припускає, що інваліди відкидають слова, в яких є такий сенс: їхні фізичні або ментальні особливості роблять їх слабкими, жалюгідними, залежними. Такі слова, як *неповноцінний*, не варто використовувати. Але інше таке саме слово або евфемізм їм теж не підійде. Найбільш прийнятний термін – *disabled* (інвалід, особа з обмеженими можливостями), який нещодавно витіснив слово *handicapped* (інвалід, людина, що потребує допомоги). Це слово вперше влаштує самих інвалідів. Інше прийняте визначення – *людина, що має інвалідність*, – передбачає, що у першу чергу треба назвати людину, а потім її особливості. І це теж з погляду соціальної активності виправдано [2].

Однак, очевидно, що самі інваліди не користуються такими зворотами, як *люди, які відчують фізичні труднощі*, або *люди з фізичними та розумовими вадами*. «Термін «людина, яка відчуває фізичні труднощі», не відрізняє мене від жінки, яка дереться на Еверест», – зазначає поетеса і есеїстка Ненсі Маєрс, котра має розсіяний склероз. Тільки пряма термінологія, як вважає вона, змусить людей подумати, що означає бути інвалідом і що потрібно, щоб створити доступне для пересування на інвалідних візках середовище – поза і всередині будівель.

Діана Піастро, редактор газетної шпальти «Життя з інвалідністю», зауважує, що визначення Фрімана передбачає: інвалідність – це щось ганебне і її треба сховати в такому надто загальному й розпливчастому визначенні. «Він заперечує реальність замість того, щоб сказати, що реальність – наша інвалідність, і це цілком нормально», – наголошує Піастро [2].

Мері Джонсон, редактор журналу *Disability Rag*, теж має заперечення з приводу визначення, яке перемогло в конкурсі. Люди не зрозуміють культуру інвалідності, якщо проїхатися інвалідним візком по їхніх ногах. Визначення «люди з іншими можливостями» не має ні душі, ні сили.

Один із читачів журналу *Disability Rag* висловив своє спостереження: деякі інваліди віддають перевагу тому самому слову, яке іншим здається найбільш образливим, – *каліка*. «Це все одно, що показати вузлуватий кулак», – вважає художниця Черіл Вейд, якій подобається «каліка», тому що це слово грубо, але точно характеризує її тіло, скручене ревматичним артритом. Це слово сьогодні й найближчим часом не буде прийняте для широкого застосування, але його дедалі більша популяр-



ність свідчить про те, що стереотипи, стигмати інвалідності блякнуть.

Бізнесмен Д. Брюс МакМаган заснував Національний фонд Христини і назвав його в честь дочки, в якій ДЦП. Він зазначає, що нова мова інвалідності необхідна не тільки для того, щоб інваліди яскравіше висловлювали своє самовідчуття, а й для того, щоб стерти, знищити упередження, що існують щодо них у широкого загалу [2].

Цікавим буде спостереження Р. Харріса, що групи ризику (меншини, до яких дослідник зараховує й інвалідів) можуть по-різному відображатися у ЗМІ та по-різному ігноруватися масмедіа. І те, й інше має свої наслідки.

Вдала модель була запропонована багато років тому Кларком (1969), який ідентифікував чотири хронологічні стадії зображення меншин телебаченням [3]. Перша стадія – невизнання (nonrecognition); на ній група меншин просто виключається з телепередач. Вона не висміюється, її не показують у карикатурному вигляді – її просто немає. Представник іншої культури ніколи б не дізнався з телепрограм, що подібні люди взагалі існують у цьому суспільстві. Наприклад, до останнього часу таким було в цілому становище гомосексуалістів і лесбіянок в американському телеефірі.

Друга стадія зображення меншин – висміювання (ridicule). Тут домінуюча група звеличує власний образ за рахунок приниження й стереотипізації меншин, представляючи їх некомпетентними, неосвіченими клоунами. Перші телепередачі, такі як Amos and Andy, і персонажі, подібні до Стівена Фетчита або Рочестера, слуги Джека Бенні, відображають цю стадію шляхом зображення афроамериканців. У наші дні показовим прикладом групи, що перебуває на стадії висміювання, є араби; ми рідко бачимо на американському телебаченні позитивних або тих, що викликають симпатію, арабських або арабоамериканських персонажів.

Третя стадія – упорядкування (regulation), коли група меншин постає як захисники існуючого порядку (наприклад, поліцейські, детективи, шпигуни). Такі ролі були першими типовими позитивними амплуа афроамериканців у 60-х рр.; у сучасних американських телепередачах у подібних ролях ми часто бачимо латинос.

Остання стадія – повага (respect), коли групі меншин відводиться весь спектр тих самих ролей, як позитивних, так і негативних, що і більшості. Це не означає, що повністю зникли стереотипні персонажі або що всі персонажі викликають симпатію; просто їх діапазон став ширшим: ми бачимо добрих і розумних персонажів поряд зі злими й дурними.

Як показав контент-аналіз, тема людей з обмеженими фізичними можливостями є більш актуальною на телеканалі «СТБ», аніж, скажімо,

тема безпритульності. Загалом за 2011–2012 рр. в ефірі «Вікна–Новини» вийшли 40 матеріалів, які прямо чи опосередковано стосуються теми людей з обмеженими фізичними можливостями.

Інформаційними приводами для підготовлених матеріалів були як загальновідомі соціальні дати, так і окремі ситуації з життя людей. Загалом серед усіх сюжетів у межах тематичного спектра (проблеми інвалідів) можна умовно виділити такі види матеріалів:

- постійні (побутове життя хворих, конфліктні питання, нестача коштів, незручності адаптації в суспільстві);

- сезонні (пов'язані з соціальними датами, такими як 3 грудня (Міжнародний день людей з обмеженими фізичними можливостями), 11 лютого (Всесвітній день хворого), 10 жовтня (Всесвітній день психічного здоров'я), 5 травня (Міжнародний день боротьби за права інвалідів), остання неділя вересня (Міжнародний день глухонімих), 13 листопада (Всесвітній день сліпого), 15 жовтня (Міжнародний день білої тростини);

- періодичні (акції протесту, спричинені законодавчими змінами) та «випадкові» (флеш-моби, арт-акції, досягнення).

Із 63 тематичних матеріалів 10 присвячені соціальним датам, 22 – арт-акціям (наприклад, флеш-моби, концерти, акції «Повір у себе», спеціалізовані фестивалі, конкурси соціальних відеороликів), 15 – акціям благодійництва, сюжети про людей, які потребують матеріальної допомоги, 13 – буденним проблемам людей з обмеженими фізичними можливостями.

Тобто в більшості випадків особи з інвалідністю зображені як звичайні люди, рідше – як люди незвичайні: як обдаровані, як хворі й немічні, як герої.

У багатьох телерепортажах, присвячених інвалідам, розповідається про їхні творчі здібності або спортивні досягнення (або якісь суперздібності). Зазвичай ведучий заздалегідь готує аудиторію до розповіді про людину, дивовижну, сміливу, яка робить те, що не можуть зробити багато здорових людей. Однак вкрай рідко в сюжетах показано звичайне життя й умови (якщо вони не страхітливі), необхідні для того, щоб людина не відчувала себе інвалідом, жила, працювала і вчилася так само, як і її оточення.

Найчастіше (у 50 % матеріалів) використовується термін «інвалід». Рідше трапляються вислови «люди з інвалідністю», «люди, які потребують лікування», «прикутий до візка», «хворий».

У поодиноких випадках використані вислови «сліпий», «незрячий», «люди з обмеженими можливостями», «діти з дефектами», «спинальні хворі», «непрацездатні люди» тощо.

У цілому поняття «інвалід» не викликає негативного ставлення і навіть позитивно сприймається тими, щодо кого воно вживається [4].



Однак слід звернути увагу на ситуації, коли журналісти зловживають цим терміном. Наприклад, коли автор міг би називати героїв сюжетів по іменах. Хоча зазвичай у матеріалах героїв часто називають по імені, імені та по батькові й рідко, але вже трапляється й таке, – по прізвищу.

У рідкісних, практично поодиноких випадках вживаються терміни, які не можна не назвати образливими: *хворі, ненормальні, каліки* (іноді *безрукі й безногі каліки*), *фізично і розумово неповноцінні, убогі* тощо. Причому слова «каліка» або «хворий» іноді використовуються в матеріалах, які містять загалом позитивну інформацію.

Та особливо зловживають «Вікна» словом «неповносправні». Ця лексема має не лише спотворене інформаційне значення (оскільки це слово підштовхує до думки, що люди з обмеженими фізичними можливостями абсолютно безпорадні), але, крім того, й відверто негативне стилістичне забарвлення.

Пряма мова трапляється в семи випадках, гумору взагалі немає.

Як показало дослідження, журналісти «Вікон» мають тенденцію до порушення рекомендацій ООН під час розповідей про людей з інвалідністю [5]. Зокрема, варто виокремити такі правила та принципи:

1. Люди з різними видами інвалідності повинні виступати від свого імені.

Розмова в першій особі («я», «ми») практично завжди більш цікава й часто приносить більше задоволення або емоцій, ніж її передача від третьої особи.

Крім того, коли люди з різними фізичними обмеженнями висловлюються від свого імені, це додає значущості словам, а також певної впевненості спікерів, і, відповідно, аудиторія на підсвідомості перестає просто з жалістю ставитися до людини, а починає їй співпереживати. Це не негативний ефект, навпаки. Таким чином, маючи певне співпереживання й повагу, глядач хоче якимось чином підтримати, виявити своє захоплення людьми, що абсолютно міняє сприйняття особи з вадами, мотивує думати всупереч стереотипам.

2. У матеріалі за участю людини з фізичними можливостями варто показувати багатогранність героя, визначати рольові моделі. Рольовими моделями у ЗМІ повинні виступати самі інваліди. У різних сферах діяльності показувати інвалідам, їхнім сім'ям і суспільству, що інваліди можуть багато чого домагатися, а не лише спостерігати за подіями.

Таким чином, будь-яка людина має більше шансів побачити, що інваліди розрізняються за розумовими здібностями, особистими рисами й інтересами тією самою мірою, що й не інваліди.

3. Розповідайте дітям про інвалідів. Дітям потрібно бачити позитивні приклади життя інвалідів.

Діти не повинні боятися ставити запитання про інвалідів, вони мають розуміти, що це природно –

бути цікавим. Більшість інвалідів самі прагнуть відповісти на запитання і цінують чесність.

Діти не повинні боятися інвалідів, що часто трапляється в суспільстві. Для цього матеріали, які пишуть журналісти, мають бути зорієнтовані на максимально широке коло осіб, незалежно від того, чи це матеріал про героя, який потребує допомоги; чи про людину, яка, попри свої вади, досягла в житті успіху; про талановитих людей з обмеженими фізичними можливостями; чи про проблемну, конфліктну ситуацію. Усі ці матеріали так чи інакше показують, що інвалід має життя, дуже схоже на життя людей без вад, у ньому є свої мікропроблеми, успіхи, соціальні піднесення й спади.

4. Коли можливо, використовуйте гумор для передачі якогось повідомлення, особливо про уявлення, які існують у суспільстві про життя інвалідів. Обґрунтування: гумор дозволяє передати повідомлення, яке, якщо про нього розповідати довго й серйозно, буде повчальним і нецікавим. Таке повідомлення часто пригадується набагато довше.

Для того, щоб дотримуватися цього правила, слід пам'ятати, що інваліди також мають почуття гумору, жартують, іронізують і навіть часто бувають саркастичними. Тому якщо показати такий прояв сутності героя, це лише допоможе глядачеві наблизитися до нього.

Для цього журналіст має насамперед не забувати, що за правилами всіх інтерв'ю інтерв'юваний розслабляється з часом. А тому варто провести не двохвилинне інтерв'ю, з якого врешті вилучать 20 сек., а поспілкуватись хоча б півгодини до того, як брати робочий матеріал. Для журналістів це, з одного боку, часто буває проблематичним, оскільки правило «оперативність понад усе» є в багатьох редакціях. Однак якщо це матеріал не подієвий, то варто розраховувати і виділяти на нього більше часу. Таким чином ви матимете в інтерв'ю справжню людину, а не спантеличеного, часом зляканого чи, навпаки, навіть агресивного співрозмовника на екрані. Не бійтеся ставити елементарні запитання. Це помилка, якої припускаються всі журналісти без винятку, хоча серед початківців це трапляється частіше. Не бійтеся запитати у сліпого, чи губився він колись на вулиці. Відповідь на це запитання не стане для вас телевізійно цінною, однак те, що ви запитаєте після цього, принесе користь не лише вашому матеріалу, а й аудиторії. Адже після першого запитання будуть логічні уточнення щодо того, які герой має свої способи орієнтування на місцевості, що б порадив іншим.

Для прикладу, у 2008 р. під час Суперкубку компанія «Пепсі» розробила рекламний ролик, зосереджений на проблемах інвалідності. Для того, щоб залучити якомога більше публіки, вони



не побоялися використати гумор й у результаті зібрали 4,5 млн переглядів на YouTube. Це приклад того, як компанія намагається долучитися до соціальних проблем у таких публічних масштабах і цінує саме цю групу споживачів.

5. Надавайте практичну інформацію. Давайте відомості, які будуть корисні в повсякденному житті. ЗМІ зазвичай є більш дієвими, якщо містять інформацію, яка практично допоможе неінваліду (або інваліду) при наступній зустрічі з жінкою, чоловіком або дитиною з інвалідністю.

Сюди можна зараховувати багато корисних відомостей. Наприклад, найбільш компактно та інформативно це викладено в 10 загальних правилах етикету спілкування з людьми з обмеженими можливостями (автор Карен Мейер, Національний центр доступності, США) [4]:

- Під час розмови з інвалідом варто звертатися безпосередньо до нього, а не до супровідного або сурдоперекладача, які присутні під час розмови.

- Під час знайомства з інвалідом цілком природно потиснути йому руку (навіть ті, кому важко рухати рукою або хто користується протезом, цілком можуть потиснути руку – праву або ліву, що цілком припустимо).

- Якщо зустрічаєтеся з людиною, яка має поганий зір або зовсім не бачить, обов'язково називайте себе й тих людей, які прийшли з вами. Якщо у вас загальна бесіда в групі, не забувайте пояснити, до кого в цей момент ви звертаєтеся, й назвати себе. Або ж просто намагайтеся постійно звертатися по імені до співрозмовника. Це, крім того, відповідає і загальним правилам етикету.

- Якщо ви пропонуєте допомогу, чекайте, доки її приймуть, а потім запитуйте, що та як робити.

- Спілкуйтеся з дорослими інвалідами, як з дорослими. Звертайтеся до них по імені й на «ти», тільки якщо ви добре знайомі.

- Опирайтеся на чийсь інвалідний візок – те саме, що опиратися на її власника. Інвалідний візок – це частина недоторканного простору людини, яка його (візок) використовує.

- Коли ви розмовляєте з людиною, яка має труднощі в спілкуванні, слухайте її уважно. Будьте терплячі, зачекайте, коли людина сама закінчить фразу. Не поправляйте її й не договорюйте за неї. Ніколи не прикидайтеся, що ви розумієте, якщо насправді це не так. Повторіть, що ви зрозуміли, це допоможе людині відповісти вам, а вам – зрозуміти її.

- Коли ви говорите з людиною, яка користується інвалідним візком або милицями, розташуйтеся так, щоб ваші й її очі були на одному рівні, тоді вам буде легше розмовляти.

- Щоб привернути увагу людини, яка погано чує, помахайте їй рукою або поплескайте по плечу. Дивіться їй прямо в очі й говоріть чітко, хоча майте на увазі, що не всі люди, які погано чувають, можуть

читати по губах. Розмовляючи з тими, хто має проблеми із зором, розташуйтеся так, щоб на вас падало світло і вас було гарно видно, постарайтеся, щоб вам нічого (їжа, сигарети, руки) не заважало.

- Не бентежтеся, якщо випадково зробили помилку. Вибачтеся і продовжуйте розмову.

6. Поліпшуйте навколишню обстановку. Що менше перешкод для інвалідів – то краще всім! Вільний доступ для інвалідів насправді допомагає й іншим людям.

7. Готуючи матеріал, думайте про інвалідів з погляду їхніх можливостей та користі, яку вони можуть принести суспільству. Відмовтеся від стереотипного мислення, що інваліди є утриманцями і не здатні приносити користь суспільству. Що більше видно, що інвалід чогось досягає, тим менше значення надається його інвалідності або відмінностям від інших.

Якщо вам видаються такі ідеї утопічними, все одно, перш ніж писати матеріал, спробуйте змінити свою думку. Якщо вам вдасться зробити це особисто, відвідати компанії, самостійно оцінити спроможність працівників з обмеженими фізичними можливостями, це однозначно буде позитивним для вашого матеріалу. Однак навіть якщо у вас немає такої можливості, ви можете просто скористатися інтернетом і надихнутися різноманітними унікальними фактами про життя інвалідів. Наприклад, прилад для розпізнавання голосу IBM був розроблений у 70-х рр. Дмитром Каневським, російським генієм, який має ураження слуху. Сьогодні це налагоджений бізнес, який оцінюється в 5 мільйонів доларів та дає прибуток на промисловому рівні 22 %.

8. Коли ви працюєте над матеріалом, який покликаний допомогти якимось чином людям з обмеженими фізичними можливостями, варто сприймати інвалідів як активних членів суспільства, а не як пасивних і несамостійних спостерігачів. Завдання полягає в тому, щоб показати, що при рівних можливостях у здобутті освіти, професійної підготовки та при наявності технічних засобів і спеціальних послуг інваліди можуть багато дати своїм сім'ям і суспільству.

9. Будьте уважними, використовуючи в матеріалах лексику на позначення конкретної фізичної вади. Наприклад, слова «каліка» і «глухонімий» є застарілими, такими, що ображають; вислів «незважаючи на свої вади» має поблажливий і емоційний відтінок [6, с. 65–71].

Висновки. Отже, можна зробити такі висновки:

1. Загалом аналіз конкретних матеріалів про людей з інвалідністю та загальних тенденцій дає змогу зробити висновок, що ця тематика залишається далеко не найпопулярнішою в ЗМІ, тобто суспільство поки що не вважає проблему інвалідів актуальною. Однак все ж простежується тенденція до підвищення інтересу до неї (середня



щомісячна кількість сюжетів у 2011 р. – 18, у 2012 р. – 21, тобто їх кількість зросла майже на 12 %). Це пояснюється, як нам здається, кількома речами, знову-таки взаємопов'язаними.

2. Як змінювалися тенденції розуміння та ставлення до соціальних проблем в українському суспільстві, так само змінювалася кількість матеріалів щодо них в журналістських продуктах загалом та на телебаченні зокрема. З огляду на це поступово почали вивчення цього наукового питання й українські дослідники. В українській журналістиці, як і у світовій загалом, спочатку формувалися загальні принципи та правила побудови медіаматеріалу, висвітлення подій та явищ і лише зовсім нещодавно, фактично за останні десятиліття, українська журналістська практика та наука прагнуть зосередитися і дотримуватися перманентного гуманістичного критерію у висвітленні соціальної проблеми.

По-перше, влада стала приділяти більше уваги цим проблемам.

По-друге, громадські організації дедалі частіше організують різноманітні акції, флешмоби, привертають увагу журналістів і, відповідно, громадськості.

Варто зазначити, що проведення яскравих заходів, які дають змогу привернути увагу суспільства та ЗМІ до тієї чи тієї проблеми, крім того, дозволяють залучити інші організації і налагодити нові контакти, у тому числі нові контакти з журналістами.

У багатьох містах України діє програма про безбар'єрне середовище, і це теж привід для того, щоб час від часу звертатися до проблем людей з інвалідністю. У цій царині з'являються нові дані, факти, офіційна статистика, які можуть використовуватися у створенні матеріалів.

3. Висвітлення соціальної проблематики потребує особливого підходу журналістів. Крім профе-

сійних журналістських стандартів [7, с. 130], варто враховувати специфіку кожної соціально вразливої групи, про яку прямо чи опосередковано розповідається в телематеріалі. Основним критерієм для відбору матеріалу є наявність героїв, тобто соціальну проблему за краще розкривати через приклад окремої людини [8, с. 15]. Для цього використовують зведені рекомендації щодо спілкування з інвалідами, як, наприклад, 10 загальних правил етикету спілкування з людьми з обмеженими можливостями. Ці 10 правил використовуються журналістами й працівниками громадських служб США.

1. *Шендеровський К.* Медіакомунікації та соціальні проблеми : зб. навч.-метод. матер. і наук. ст. : у 3 ч. / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, ; Ін-т журналістики. – К., 2012. – Ч. 1. – 288 с.

2. *К незалежної життя* [Електронний ресурс]. – URL: http://old.perspektivainva.ru/index.php?id=295&from=search&search_terms=%F4%F0%E8%EC%E0%ED&p=0 (12.12.2013).

3. *Harris J. R.* Psychology of mass communication / Richard Jackson Harris ; Kansas State University. – Mahwah, New Jersey, 2004. – 475 p.

4. *Майєр К.* Як правильно брати інтерв'ю у неповносправної людини [Електронний ресурс] / Карен Майєр. – URL: <http://imi.org.ua/mediapsychology/41008-yak-pravilno-brati-intervyu-u-nepovnospravnoji-lyudini.html> (01.12.2013).

5. *Kolucki and Duncan.* Together with media. A Practical Guide for People with Disabilities. – International Labour Organization, 1994.

6. *Лаврик О. В.* Соціальна проблематика газетних виступів : навч.-метод. посіб. / О. В. Лаврик. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. – 72 с.

7. *Іванов В.* Журналістська етика : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Валерій Іванов, Володимир Сердюк. – [2-ге вид., випр.]. – К. : Вища школа, 2007. – 231 с.

8. *Еверетт Д.* Навчальний посібник репортера / Д. Еверетт. – К. : Index ПроМедіа, 1999. – 23 с.

Подано до редакції 15. 10. 2014 р.

Mykhaylova Oksana. The standards in coverage of problems of physically challenged in TV-news.

The article is devoted to investigation of the standards, rules and principles of coverage of social problems in the Ukrainian TV news. The coverage and solution of specific social problems (such as family violence, homelessness, problems of childhood, human traffic, HIV/AIDS, the issues related to healthy lifestyle etc.) became the general trend of news on the TV. In the article the emphasis is made on the media materials devoted to the social problems of physically challenged persons.

In this work the analysis of basic and evening newscasts on STB channel is made. The general trends of coverage of social problems are defined and the particular examples are illustrated. The recommendations concerning the rules and principles of the following coverage of social problems in TV news are represented.

Keywords: social problems, physically challenged, standards, rule, principles, TV news.

Михайлова О. П. Стандарты отображения проблем людей с инвалидностью в теленовостях.

Статья посвящена исследованию стандартов, правил и принципов освещения социальной проблематики в украинских теленовостях.

Общей тенденцией новостей на телевидении стало тяготение к освещению и решению конкретных социальных проблем (насилия в семье, беспризорности, проблем детства, торговли людьми, ВИЧ/СПИДа, вопросов, касающихся здорового образа жизни и др.). В статье акцент делается на медиаматериалах, посвященных социальным проблемам людей с инвалидностью. Осуществлен анализ основных и вечерних выпусков теленовостей канала «СТБ». Прослежены общие тенденции освещения социальной проблематики, проиллюстрированные конкретными примерами. Сформулированы рекомендации относительно правил и принципов дальнейшего освещения социальной проблематики в теленовостях.

Ключевые слова: социальные проблемы, инвалиды, стандарты, правила, принципы, теленовости.