

АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ АКТУАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ В АНАЛІТИЧНИХ ПУБЛІКАЦІЯХ ВСЕУКРАЇНСЬКИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ВИДАНЬ “ДЕНЬ” ТА “ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ”

У статті висвітлено аспекти реалізації соціальної проблематики в аналітичних матеріалах суспільно-політичних видань “День” та “Дзеркало тижня”. Проаналізовано найактуальніші напрями вирішення соціальних проблем. Окреслено тематичні й жанрові параметри досліджуваних часописів.

Ключові слова: контент видання, цільова аудиторія, соціальна проблематика, суспільно-політичний часопис, класифікація проблематики, рубрикація.

I. Вступ

Сучасні тематичні тенденції в українських мас-медіа засвідчують, що вагоме місце в контенті суспільно-політичних ЗМІ посідають проблеми соціальної практики. Вони актуальні для всього суспільства, адже впливають на всі аспекти його життя й діяльності. Іншими словами, соціальна проблематика є своєрідною платформою для розвитку тих процесів, явищ, які актуальні для громадянськості.

Різні аспекти проблем соціальної практики в мас-медіа студіювали Д. Климанська [1], М. Корнієнко [2], О. Лаврик [3], Т. Семигіна [4], Л. Скокова [5], О. Ткаченко [6], Т. Фролова [7], А. Чекмишев [8], К. Шендеровський [9] та ін. Однак аспекти реалізації актуальної соціальної проблематики в аналітичних публікаціях всеукраїнських суспільно-політичних видань “День” та “Дзеркало тижня” ще не були предметом окремого наукового вивчення.

II. Постановка завдання

Мета статті – з'ясування аспектів реалізації актуальної соціальної проблематики в аналітичних публікаціях всеукраїнських суспільно-політичних видань “День” та “Дзеркало тижня” (за вересень – листопад 2013 р.).

Об'єктом наукової розвідки обрано контент сучасних українських друкованих мас-медіа у контексті з'ясування найактуальніших тематичних напрямів, що реалізуються в контексті вирішення соціальних проблем.

III. Результати

На думку О. Лаврик, “оскільки основне призначення ЗМІ – безперервне відображення суспільного життя в усіх його діалектичних зв'язках, суперечностях і конфліктах, то висвітлення відповідної проблематики (соціальної, політичної, економічної, культурної тощо) усе частіше розглядають як складну систему із взаємозалежними елементами. При цьому ця система входить як складова частина до системи більш широко-

го порядку – соціального функціонування суспільства” [3, с. 4]. Складність соціальних проблем полягає у їх взаємодії з іншими аспектами життя та діяльності суспільства. Такий взаємозв'язок утворює складну проблемно-тематичну структуру соціальної інформації.

На думку К. Шендеровського, соціальна журналістика – це окремий інститут, який повноцінно функціонує в нашому суспільстві, вимагаючи від своєї аудиторії не пасивного споглядання, прочитання, прослукування інформації, а активної участі в творенні й перебудові суспільства [9, с. 121].

Дослідження зазначених учених базується на комплексній характеристиці проблемно-тематичного рівня контенту національних і регіональних мас-медіа. Проте проблеми соціальної практики не розглянуто в цих працях як окремий предмет наукового вивчення (або досліджено в порівняльному аспекті з іншими темами), хоча міра їх значущості актуалізується щороку, про що свідчить контент сучасних українських загальнонаціональних друкованих мас-медіа.

Однією з потужних спроб систематизації й узагальнення проблематики ЗМІ та відведення важливого місця актуальним проблемам соціальної практики у висвітленні мас-медіа є наукова праця колективу російських авторів “Проблематика СМІ: Информационная повестка дня” (за ред. М. Шкондіна) [11].

Актуальну проблематику сучасних мас-медіа представлено в посібнику у трьох розділах: глобальні процеси сучасності в проблематиці ЗМІ (суперечності глобалізації, демографічні проблеми, міграційні процеси, проблеми екології), основні сфери суспільного життя як об'єкт журналістики (політична проблематика, економічна проблематика, соціальна проблематика, культурологічна проблематика), актуальні проблеми соціальної практики у висвітленні ЗМІ (духовно-релігійна проблематика, проблема благодійної діяльності, проблеми дитинства в інформаційному полі ЗМІ, гендерна про-

блематика, антикримінальна проблематика, проблематика антинаркотичних публікацій) [11]. Так, вагоме місце у структурі найважливіших тем та проблем мас-медійного простору посідає саме соціальна проблематика, структурована на шість найактуальніших підтем, що не вичерпують усіх можливостей і векторів проблем соціальної практики.

Російський учений І. Ясавєєв у посібнику “Конструирование социальной проблем средствами массовой коммуникации” особливу увагу приділяє конкуренції між соціальними проблемами за місце у “порядку денному”, що встановлюється засобами масової інформації, конструюванню соціальних проблем злочинності та ВІЛ/СНІДу російськими й регіональними телекомпаніями та газетами, а також наслідкам медіа-конструювання соціальних проблем, таких як “емоційне згоряння” аудиторії. Автор детально висвітлює основні соціологічні підходи до соціальних проблем: напрямів соціальної патології, соціальної дезорганізації, функціоналістського підходу, критичного, інтеракціоністського та конструкціоністського [12].

Економічний підхід до моделювання соціальних процесів пропонує В. Райцин у своєму посібнику [13]. Учений розраховує стандарти рівня життя населення, насамперед прожиткового мінімуму, що також є одним з аспектів реалізації соціальної проблематики.

Цікавим з погляду аналізу соціальної психології масової комунікації є підручник Н. Богомолової [14]. Книга присвячена розгляду сучасного стану соціально-психологічних досліджень ЗМІ, що набувають особливого значення в епоху бурхливого розвитку інформаційних технологій. У праці проаналізовано теоретичні й емпіричні дослідження масової комунікації, проведені російськими й закордонними спеціалістами.

Російські вчені розглядають проблеми соціальної практики із позицій психології, соціології, економіки й масових комунікацій, про що свідчить аналіз зазначених наукових розвідок.

М. Бережна в своєму дослідженні соціальної дійсності зазначає, що на початок 2000-х рр. сталося “формування нового напрямку в професійній ідеології – соціальної журналістики, орієнтованої на конструктивний підхід у висвітленні соціальної проблематики й позитивну соціальну дію суспільства” [15, с. 150].

Досліджуючи соціальну проблематику в російському інформаційному просторі, вчена Т. Фролова слушно виокремлює чотири основні сфери суспільства: політичну, економічну, соціальну, духовну. Соціальна сфера, на думку дослідниці, “визначає предметну своєрідність соціальної журналістики, передусім її *тематичні* особливості: проблеми праці, зайнятості, доходів, освіти,

охорони здоров'я, соціального захисту, міжнародних відносин, жінок, дітей сім'ї, інших соціальних груп та окремих сегментів, соціальної інфраструктури тощо. *Проблематика* більш рухома, мінлива, злободенніша: кожне суспільство вирішує свої власні проблеми, що впливають із характеру соціальних зв'язків у певний історичний період” [7, с. 99]. Одне із завдань соціальної журналістики науковець вбачає у зверненні в простір людини, наслідком чого є повнота подачі інформації про суспільство, якість соціального аналізу, участь громадян в інформаційному обміні.

Зазначені тенденції у висвітленні соціальних тем демонструють сучасні українські ЗМІ, зокрема щоденна всеукраїнська газета суспільно-політичної тематики “День” і міжнародний суспільно-політичний тижневик “Дзеркало тижня”.

Про авторитетність названих видань в інформаційному просторі України свідчать лідерські позиції у рейтингах (за досліджуваний період) за накладом, рівнем цитування, впливовістю на аудиторію. Ці газети мають постійного, чітко визначеного читача. Ще більшою є їх потенційна аудиторія – ті читачі, які звертаються до газет епізодично, а не періодично, не стали постійними передплатниками або читачами. Задекларований редакцією наклад “Дня” – 62,5–65,4 тис. прим., п'ятничний випуск – 90 000, тижневика “Дзеркало тижня” – 48–52 тис. прим. Ще одним критерієм для вибору й порівняння є той факт, що тижневик і щоденне видання відображують інтереси аудиторії України і виходять для читачів нашої держави (газета “День” також видає англійськомовний дайджест у вівторок, четвер накладом понад 7 тис. прим.).

Видання близькі за тематикою і проблематикою, загальною парадигмою висвітлення подій, об'єктивністю, а також їх електронні версії дають можливість читачеві залишити коментар про прочитану публікацію, оцінити її, порекомендувати в соціальних мережах, посилатися на прочитане тощо, тобто передбачено обговорення найактуальніших, на думку аудиторії, тем і проблем.

Газети “День” і “Дзеркало тижня” мають спільні тенденції в обсязі, території поширення, охопленні потенційної аудиторії, а тому порівняння парадигми й особливостей висвітлення соціальної проблематики у виданнях є плідним у векторі вивчення контенту. Дослідження контенту аналізованих джерел дасть змогу зрозуміти особливості впливу цих видань на читачів та на формування думок і настроїв громадян України.

Зміст друкованих мас-медіа підпорядкований рубрикаційному комплексу видань. Вагомими аспектами соціальної практики газета “День” подає в рубриках “Політика”, “Еко-

номіка”, “Погляд”, “Думка”, “Роздуми”, “Проблема”, “Ситуація”, “Паралелі”, “Подія”, “Факт і коментар”, “Точка зору”, “NB!”, “НП”, “Резонанс”, “Ексклюзив”, “Фотофакт”, “Телегід”, “Проект”, “Культура”, “Пошта”, “Українці, – читайте!”, “Суспільство”, “Тенденції”, “Досвід” тощо, що свідчить про масштаб охоплення актуальних проблем. Соціальна проблематика міжнародного суспільно-політичного тижневика “Дзеркало тижня” висвітлюється в основних рубриках: “Влада”, “Гроші”, “Людина”, “Культура”, “Соціум”, “Внутрішня політика”, “Право”.

І “Дзеркало тижня”, і “День” орієнтовані на однакову цільову аудиторію – українську інтелігенцію, тобто читачів, небайдужих до історії, політики, економіки, суспільного й соціального устрою своєї Батьківщини, її минулого, сьогодення і майбутнього; політиків, свідомих громадян, здатних осмислити глибину аналітичних публікацій.

Контент-моніторинг тижневика “Дзеркало тижня” і щоденної газети “День” (за вересень – листопад 2013 р.) засвідчив, що видання реалізують соціальну проблематику крізь призму інших актуальних суспільних питань у таких тематичних блоках:

- **економіка і політика:** “Про фінансові мости з Піднебесною”, автор: Наталія Білоусова (День. – 1 жовтня); “З чого починається розвиток?”, автор: Володимир Дубровський (Дзеркало тижня. – 9 жовтня);
- **наука і освіта:** “Нанотехнології в Україні: навздогін за поїздом, що вже пішов”, автор: Петро Усатенко (Дзеркало тижня. – 27 вересня); “Як університети... заробляють гроші?”, автор: Наталія Малімон (День. – 8 жовтня);
- **державна і її взаємодія з іншими соціальними інститутами:** “Держава не може гарантувати захист персональних даних”, автор: Марія Томак (День. – 8 жовтня); “Культура життя vs культури смерті (Про спробу налагодження комунікації з питання біоетики між Церквою і суспільством)”, автор: Юліана Лавриш (День. – 30 вересня);
- **соціальна культура:** “Соціальній культурі потрібно навчати”, автор: Ірина Кириченко (Дзеркало тижня. – 6 вересня); “Приватна власність за рамками суспільного визнання?”, автор: Ірина Кириченко (Дзеркало тижня. – 27 вересня);
- **екологія і збереження енергоресурсів:** “Кліматичний вердикт (Експерти: у Україні зникатимуть весна і осінь, почастішають природні катаклізми. Як до цього готуватися?)”, автори: Ірина Диховід, Оксана Миколюк (День. – 3 жовтня); “Викинь батарейку правильно”, автор: Ольга Харченко (День. – 8 жовтня);
- **фізичне і моральне здоров'я нації:** “Крокодил” в Україні. Аптечна наркоманія набирає оберти”, автор: Сергій Гордієнко (Дзеркало тижня. – 4 жовтня); “Дешеві, штучні і хворі (60 % наших приміщень неекологічні і завдають шкоди здоров'ю. Що з цим робити?)”, автор: Оксана Миколюк (День. – 1 жовтня);
- **материнство і дитинство:** “Бути або не бути міжнародному усиновленню”, автор: Наталія Кравченко (Дзеркало тижня. – 20 вересня); “Сім'я як мрія (В Україні зменшується усиновлення: громадяни не хочуть брати на виховання дітей старших 10 років)”, автор: Оксана Миколюк (День. – 1 жовтня);
- **культура і мистецтво:** “Переселення храму культури в нікуди – це фактично його знищення!”, автор: Тетяна Поліщук (День. – 10 жовтня); “Українська класика і аншлаги”, автор: Людмила Обухівська (День. – 8 жовтня).

Смислові контексти й змістовні аспекти соціальної проблематики представлені в аналітичних матеріалах українських видань значно ширше. Автором окреслена лише схема, яка демонструє основні тенденції у висвітленні соціальних тем, зумовлені напрямами соціальної політики держави, а також соціальними стереотипами, стійкими уявленнями аудиторії про напруженість в окремих напрямках соціальної проблематики.

Найбільш відповідним, впливовим інструментом дії на читачську аудиторію, своєрідним інструментом для реалізації функцій критики і контролю є аналітичні матеріали. Автори публікацій використовують такі вагомні аргументи аналітики: інтерпретація подій через інші факти, залучення думки експертів, донесення ключової ідеї, детальний її опис, чітка аргументація висловлювання, наведення доказів, ясність і простота стилю, доречні вставки. Що ж стосується жанрових форм презентації соціальної проблематики, то характерними прикладами її реалізації є аналітична й проблемна стаття, кореспонденція, коментар (аналітичні жанри), репортаж, інтерв'ю (інформаційні жанри). Інколи в статті використовують елементи інтерв'ю або коментаря. Аналітичні матеріали зазвичай доповнені зображальними елементами (фото, графікою, діаграмами), що підсилює вплив тексту публікації на реципієнта.

Прикладом поєднання елементів різних жанрових форм є публікація журналістки “Дзеркала тижня” Оксани Кузяків про дискусію щодо перспективи підписання Україною Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, яку висвітлено у формі аналітичної статті “Український бізнес починає дивитися у бік заходу” (Дзеркало тижня. – 4 жовтня). Завдяки подачі конкретної проблеми авторка створює точний ракурс її висвітлення й

детального аналізу, відстежує думки експертів, вдало використовує цифрові дані, резюмує результати опитувань.

IV. Висновки

Отже, актуальна соціальна проблематика в аналітичних публікаціях всеукраїнських суспільно-політичних видань “День” та “Дзеркало тижня” реалізується кризь призму інших актуальних суспільних питань у таких тематичних блоках: економіка і політика, наука й освіта, держава і її взаємодія з іншими соціальними інститутами, соціальна культура, екологія та збереження енергоресурсів, фізичне й моральне здоров'я нації, материнство та дитинство, культура й мистецтво.

Функції журналіста, який розглядає проблеми соціальної практики, полягають не тільки у висвітленні гострих соціальних негараздів, а й передбачають участь у здійсненні інформування (повідомлення населення про інші аспекти висвітлюваної теми), вплив на реципієнтів (вдало підібраним жанром для окреслення суті проблеми), критику та контроль (аналізуючи причини виникнення проблемної ситуації та шукаючи шляхи виходу із неї).

Окреслення аспектів реалізації соціальної проблематики не може претендувати на всеохопність проблем соціальної практики, проте ілюструє типові тенденції висвітлення актуальної проблематики соціальної сфери суспільного життя.

Перспективою дослідження вважаємо вивчення досвіду українських мас-медіа у представленні інтересів різних соціальних груп, принципів та функцій фінансування національних соціальних програм у ретроспективному й перспективному аспектах.

Список використаної літератури

1. Климаська Л.Д. Медіа-імідж соціальної проблеми / Л.Д. Климаська // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. – К., 2009. – Вип. 15. – С. 273–279.
2. Корнієнко М.В. Соціальні проблеми молоді: медіаризики та медіапрофілактика / М.В. Корнієнко, М.М. Малиш // *Наукові записки Інституту журналістики*. – К., 2011. – Т. 43. – С. 69–99.
3. Лаврик О.В. Соціальна проблематика газетних виступів: навч.-метод. посіб. для студ. зі спец. “Журналістика” / О.В. Лаврик. – Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2010. – 72 с.
4. Семигіна Т.В. Інформаційне забезпечення соціальної сфери: метод. посіб. до курсу / Т.В. Семигіна. – К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2007. – 156 с.

5. Скокова Л. Культурна соціологія: “сильна програма” дослідження смислів соціального життя / Л. Скокова, В. Танчер // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. – 2009. – № 4. – С. 19–42.
6. Ткаченко О.Г. Соціальні проблеми на шпальтах газет – дієвий чинник у процесі виховання особистості: на матеріалі обласної преси Сумщини / О.Г. Ткаченко // *Наукові записки Інституту журналістики*. – К., 2010. – Т. 38. – С. 69–72.
7. Фролова Т.И. Социальная проблематика / Т.И. Фролова // *Проблематика СМИ: Информационная повестка дня: учеб. пособ. для студ вузов / под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой*. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С. 98–142.
8. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: підручник-практикум / О.В. Чекмишев. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2004. – 129 с.
9. Шендеровський К.С. Передумови інституціалізації соціально значимих медіа / К.С. Шендеровський // *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер.: Филология. Социальные коммуникации*. – 2011. – Т. 24 (63). – № 4. – Ч. 1. – С. 121–134.
10. Шендеровський К.С. Інституціалізація комунікацій у сфері вирішення соціальних проблем: дис. ... канд. наук із соц. ком.: 27.00.01 “Теорія та історія соціальних комунікацій” / К.С. Шендеровський; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2013. – 245 с.
11. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня: учеб. пособ. для студ. вузов / под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 316 с.
12. Ясавеев И.Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации / И.Г. Ясавеев. – М.: Изд-во Казанского ун-та, 2004. – 200 с.
13. Райцин В.Я. Моделирование социальных процессов / В.Я. Райцин. – М.: Экзамен: Харвест, 2005. – 192 с.
14. Богомолова Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н. Богомолова. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 125 с.
15. Бережная М.А. Позитивные ракурсы социальной проблематики на современном телеэкране / М.А. Бережная // *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*. – 2008. – № 2. – С. 150–154.

Стаття надійшла до редакції 24.04.2014.

Сащук Т.И. Аспекты реализации актуальной социальной проблематики в аналитических публикациях всеукраинских общественно-политических изданий “День” и “Зеркало недели”

В статье исследованы аспекты реализации социальной проблематики в аналитических материалах общественно-политических изданий “День” и “Зеркало недели”. Проанализированы наиболее актуальные направления, которые освещаются в контексте решения социальных проблем. Исследованы тематические и жанровые параметры журналов.

Ключевые слова: контент издания, целевая аудитория, социальная проблематика, общественно-политический журнал, классификация проблематики, рубрикация.

Saschuk T. Aspects of realization of actual social problems in the analytical publications of the All-Ukrainian social and political newspapers Den/The Day and Dzerkalo Tyzhnia/Weekly Mirror

This article investigates the aspects of realization of social issues in the analytical publications of social and political editions Den/The Day and Dzerkalo Tyzhnia/Weekly Mirror.

The credibility of the mentioned newspapers in the information space of Ukraine is confirmed by their leading positions in the rating by circulation, level of citation and influence on the audience. These newspapers have the permanent and well-defined readers. Their potential audience is even greater which consists of those readers who read the newspapers occasionally, but not regularly, not being their permanent subscribers or readers. Another criterion for selection and comparison is the fact that these weekly and daily newspapers reflect the interests of the audience of Ukraine.

The newspapers are similar by their themes and issues, a common paradigm for coverage and objectivity. Also their on-line versions allow the readers to leave their comments for each publication, to evaluate them, giving their recommendations in social networks and hyperlinks. As the result it is provided the discussion of topics and problems which are the most pressing for the audience. The newspapers Den/The Day and Dzerkalo Tyzhnia/Weekly Mirror have common trends in volume of circulation, area of distribution and coverage of potential audience. Therefore the comparison of paradigm and features of coverage of social issues in these mass media is fruitful in the vector of content research. Both Den/The Day and Dzerkalo Tyzhnia/Weekly Mirror are focused on the same target audience – the Ukrainian intellectuals, namely the readers who are not indifferent to the history, politics, economics, society and social structure of their country, its past, present and future; the politicians, the conscious citizen who are able to comprehend the depth of analytical articles.

The analysis of content of the selected sources helps to understand the features of influence of these newspapers on the readers forming their opinions and behavior. It allows also to analyze the most pressing issues that are covered in the context of social issues resolving, and to outline thematic and genre parameters of these media.

Due to the above mentioned parameters of work with the content component of the objects which are analyzed it is determined the tendency of social problems, that is in their interaction with other aspects of life and society activity. Such an interconnection forms a complex problem and thematic structure of social information.

Key words: content edition, having a special purpose audience, social problems, social and political magazine, classification of problems, dividing according to subject heading.