

УДК 007 : 364.6]:004.77:070.1(477)

СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ В ОНЛАЙН-ВИДАННЯХ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА» ТА «20 ХВИЛИН»

МЕДИНСЬКА Олеся,

канд. філол. наук, e-mail: medynskao@ukr.net¹;

МЕДИНСЬКИЙ Маркіян,

студент, e-mail: marko.medynsky@gmail.com².

¹Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, вул. Максима Кривоноса, 2, м. Тернопіль, 46027, Україна.

²ДВНЗ «Тернопільський державний медичний університет імені Івана Горбачевського МОЗ України», Майдан Волі, 1, м. Тернопіль, 46001, Україна.

Мета статті – з'ясувати специфіку й тенденції висвітлення соціальної проблематики в онлайн-виданнях «Українська правда» і «20 хвилин» упродовж 2014–2015 рр. У дослідженні окреслено теоретичні аспекти вивчення соціальних проблем крізь призму інтерпретації поняттєво-термінологічного апарату. Подано різні наукові підходи щодо дефініції поняття «соціальна проблема». Визначено, що конструкціоністський підхід є оптимальним для аналізу окреслених проблем. У науковій розвідці соціальні проблеми інтерпретуються як динамічні соціальні структури, які виникають у результаті реагування на соціальні умови. Виокремлено матеріали із соціальним контентом в аналізованих онлайн-виданнях, визначено їх періодичність. Досліджено такі тенденції висвітлення соціальних проблем: залучення громадян до вирішення соціальних питань; драматизація подій; ставлення до героїв матеріалу, як до жертв; навішування «ярликів»; стигматизація соціально незахищених верств населення; міфологізація тем тощо. Провідними проблемно-тематичними векторами матеріалів із соціальним контентом є соціалізація незахищених груп населення, регулювання правових відносин у суспільстві тощо. Визначено жанрові форми медіатекстів, у яких продукуються соціальні проблеми.

Ключові слова: соціальна проблематика, інтернет-ЗМІ, онлайн-видання, соціальний дискурс.

SOCIAL PROBLEMS IN THE ONLINE EDITIONS «UKRAINSKA PRAVDA» AND «20 KHYYLYN»

The purpose of the article is to determine the specifics and trends of coverage of social issues in the Internet media «Ukrainska Pravda» and «20 Khvylyn» during 2014-2015. The article outlines the theoretical aspects of the study of social problems through the prism of interpretation of the conceptual-terminological apparatus. Different scientific approaches to defining the concept of “social problem” are presented. It is determined that the constructivist approach is optimal for the analysis of the above stated problems. In our scientific research, social problems are interpreted as dynamic social structures that arise as a result of responding to social conditions. The materials with social content in the analyzed online editions are outlined; their periodicity is determined. The following tendencies in media coverage of social problems such as involvement of citizens in solving social issues; dramatizing the events; the attitude to the heroes of the material as to the victims; tendencies of labeling people; stigmatization of socially disadvantaged groups of the citizens; mythologization of the topics etc. The leading problem-thematic vectors of materials with social content are socialization of disadvantaged and vulnerable groups of the population, regulation of legal relations in the society etc. The genre forms of media texts, in which social problems are raised, are determined.

Key words: social issues, internet media, online editions, social discourse.

Вступ. Засоби масової інформації покликані супроводжувати всі процеси, що відбуваються в соціумі, тому зі зміною політичного, економічного, гуманітарного та соціального векторів розвитку суспільства відбувається трансформація

ція медійного простору країни. Це насамперед активізація інформаційних потоків, їх насичення новим контентом та пошук інструментів для продукування в інформаційний обшир.

Сучасні тематичні тенденції в українських мас-медіа засвідчують, що вагоме місце в контенті ЗМІ посідають соціальні проблеми, які є актуальними для всього суспільства. Їх висвітленням активно займаються онлайн-видання. Адже вони мають значний вплив на формування громадської думки аудиторії, творення оцінки соціальним явищам та процесам, філософію сприйняття реципієнтами соціального життя. У цьому контексті постановка соціальних проблем, їх висвітлення та обговорення в онлайн-виданнях є дієвим методом формування світобачення людини, її соціальної компетентності.

Соціальна проблематика як складова медіаконтенту була об'єктом дослідження О. Лаврик, В. Іванова, О. Чекмишева, В. Різуна, В. Сердюка, І. Мащенко, К. Шендеровського, А. Топчія, Т. Семигіної. Соціальний дискурс у ЗМІ представлений у працях Д. Климаської, С. Копійки-Коваленко, М. Корнієнко, О. Ткаченко. Медійний імідж соціальної проблеми окреслила Д. Климаська, зауваживши, що «імідж соціальної проблеми формується через рівень новинної видимості проблеми, заданий проблемний фрейм, оціночні характеристики, зокрема через типових «героїв» та «антигероїв», міфи і стереотипи цієї проблеми» [2, с. 274]. С. Копійка-Коваленко досліджувала семантичний феномен соціального в інтергалузевій проекції, М. Корнієнко – соціальну проблематику молоді. Т. Сацук вивчала репрезентацію соціальних проблем в аналітичних матеріалах всеукраїнських суспільно-політичних видань. Наукові студії К. Шендеровського присвячені соціальній проблематиці у ЗМІ, зокрема інституалізації, комунікації у сфері вирішення цих питань.

Види соціальної інформації та соціальні проблеми вивчали такі дослідники: О. Зернецька, Л. Калініна, С. Корконосенко, Н. Кушнарєнко, І. Михайлин, А. Москаленко, І. Парфанович, О. Пархоменко, Л. Петренко. Вплив мови медіа на формування стереотипів порушували у наукових розвідках Г. Почепцов, М. Скуленко, В. Королько, І. Стецула. Однак вивчення соціальної проблематики в інтернет-ЗМІ фактично перебувало поза увагою науковців. *Актуальність* теми пов'язана з відсутністю в українському науковому дискурсі досліджень сегменту соціальної проблематики в онлайн-виданнях.

Мета статті – з'ясувати специфіку й тенденції висвітлення соціальної проблематики в онлайн-виданнях «Українська правда» і «20 хвилин» упродовж 2014–2015 рр. Для досягнення мети визначено таке *коло завдань*: окреслити дефініцію поняття «соціальна проблема»; виокремити масив матеріалів із соціальних проблем в онлайн-виданнях за окреслений період; здійснити їх аналіз, дослідити провідні проблемно-тематичні вектори; визначити жанрові різновиди медіатекстів на соціальну проблематику.

Методи дослідження. Для досягнення мети наукового дослідження застосовано системно-функціональний принцип аналізу, який передбачив використання низки методів та підходів. Загальнонаукові методи дослідження: вивчення наукової літератури – формування історіографії, ознайомлення з працями науковців, з'ясування теоретичних засад поняття «соціальна проблема»; порівняльний аналіз – для порівняння соціального контенту в онлайн-виданнях; індукція та дедукція – для виявлення специфіки представлення соціальних проблем в інтернет-виданнях; синтез – для виокремлення подібних характеристик соціального контенту у всеукраїнському та регіональному онлайн-виданнях. З метою дослідження змістових характеристик, проблемно-тематичних особливостей соціального матеріалу, зіставлення декількох потоків соціальної інформації застосовано спеціальний метод дослідження – контент-аналіз. Для формування вибірки матеріалів використано емпіричний метод – моніторинг.

Результати й обговорення. Соціальна тематика завжди була одним із головних інформаційних векторів мас-медіа, які не лише відображають реальність, різні думки, суспільні настрої, відносини між соціальними групами, але й позитивно впливають на соціальну дійсність, спонукають до соціальної активності.

Інтернет-ЗМІ в умовах сьогодення є комунікативною медіаплатформою для обговорення важливих соціальних проблем, артикуляції соціальних ініціатив. Актуалізація журналістами соціального контенту в інтернет-дискурсі свідчить про те, що ці питання мають суспільний резонанс: обговорюються в масах, коментуються фахівцями відповідної галузі знань, студіюються науковцями тощо.

Важливим етапом на шляху до аналізу соціального контенту в онлайн-просторі є з'ясування теоретичних основ дефініцій поняття «соціальна інформація» та «соціальна проблема».

Соціальна інформація в наукових розвідках учених тлумачиться як сукупність знань, відомостей, даних і повідомлень, що формуються й відтворюються в суспільстві та використовуються особистостями, групами, організаціями, соціальними інститутами для регулювання соціальної взаємодії, суспільних відносин і процесів. Вона містить у собі відбиток економічних, політичних, культурологічних, національних та інших стосунків у суспільстві. Соціальна інформація зумовлена потребами індивідів та інтересами соціальних груп, які перебувають у постійному спілкуванні одна з одною в процесі виробництва і всього суспільного життя.

Розглянемо різні концептуальні підходи щодо визначення соціальної проблеми:

1. Підхід соціальної патології. Соціальна проблема інтерпретується як «хвороба», патологія суспільства, що зумовлює перешкоджання повноцінній діяльності соціального організму. Витоки окреслених проблем вбачаються у «вродженій» нездатності певних індивідів до «нормальної» поведінки, адаптації у соціумі.

2. Підхід соціальної дезорганізації. Проблема розглядається як наслідок соціальної дезорганізації. Дослідники В. Томас і Ф. Знанецький визначають соціальну дезорганізацію як «зменшення впливу соціальних правил поведінки на індивідуальних членів групи».

3. Функціоналістський підхід. Проблема мислиться як наслідок дисфункції будь-якої суспільної діяльності. На думку adeptів цього підходу Р. Мертона і Р. Нісбета, «соціальні проблеми часто пов'язані функціональними відносинами з інститутами й цінностями. Функціоналістський підхід до соціальних проблем полягає у виявленні умов або видів поведінки, які заважають реалізації цілей суспільства, перешкоджають його функціонуванню або приводять суспільство в нестійкий, невірноважений стан» [4].

4. Інтеракціоністський підхід. Суть полягає у твердженні, що соціальні проблеми фактично є наслідком соціальної реакції та соціального контролю.

5. Об'єктивістський підхід полягає у розумінні процесів, пов'язаних із функціонуванням соціальних проблем, і розвитку такої галузі дослідження, як соціологія соціальних проблем. Цей підхід не є оптимальним для аналізу окреслених проблем. Теорії, які вважають соціальні проблеми відбитками об'єктивних умов, не можуть пояснити, чому одні умови визначаються як проблеми, привертаючи до себе увагу, тоді як інші, однаково небезпечні, залишаються без подібного визначення.

6. Конструкціоністський підхід до вивчення соціальних проблем пропонує чітке визначення їх як комунікативної діяльності із висуненням тверджень-вимог щодо певних передбачуваних обставин. Образ соціальної проблеми створюється у суспільстві через діяльність всіх осіб процесу соціального конструювання, де найбільш потужний ресурс для впливу на громадську думку знаходиться у ЗМІ [4, с. 11].

Окреме місце в теоретичних пошуках тлумачення цього терміну посідає питання коректного визначення соціальної проблеми, яке б не формулювалося крізь призму соціальної патології, дезорганізації, девіантної поведінки, ціннісного конфлікту і

навішування ярликів. У цьому контексті слушною буде дефініція науковиці Л. Климанської, яка інтерпретує соціальні проблеми як «своєрідні соціальні конструкції», зазначаючи, що будь-яка проблема «актуалізується, підноситься до рівня соціальної тоді, коли до неї привертається увага мас-медіа» [2, с. 275].

На нашу думку, конструкціоністський підхід є оптимальним для аналізу окреслених проблем, оскільки дає змогу охопити весь діапазон наявних соціальних проблем і зрозуміти їх природу.

У науковому дискурсі функціонує така класифікація соціальних проблем:

1. Індивідуальні, сімейні, організаційні. До цього типу входять проблеми, пов’язані зі слабким фізичним здоров’ям, пригнобленням, самотністю індивідів, їх соціальною ізоляцією.

2. Соціально-екологічні (охорона навколишнього середовища, забруднення великих промислових центрів, екологічні катастрофи).

3. Соціально-економічні проблеми, що пов’язані з рівнем життя населення, його споживчим бюджетом, існуванням у структурі суспільства малозабезпечених сімей та сімей, що живуть за межею бідності, з потребами багатодітних і молодих сімей, із безробіттям населення.

4. Соціально-побутові. До цієї групи відносяться проблеми, пов’язані із забезпеченням сімей житлом, умовами проживання, з матеріальними труднощами багатодітних і молодих сімей, державною системою допомоги малозабезпеченим сім’ям.

5. Проблеми соціальної стратифікації. Соціальне розшарування, нерівність у суспільстві веде до розділення суспільства на «вищі» та «нижчі» класи і верстви, до економічної експлуатації, технократичної маніпуляції.

6. Проблеми поведінкового функціонування індивідів, груп, спільнот – аспекти девіантної поведінки, соціальних відхилень, наркоманії, алкоголізму, соціальної аномалії тощо.

7. Проблеми символізування і моделювання світу. Вони можуть виражатися в неадекватних формах, недоліку честі й моралі, високій самоповазі, недосяжних життєвих цілях, а звідси – у відчуженні, соціальних забобонах, в антилюдських цінностях.

8. Проблеми комунікації, інформаційного забезпечення, нормативних оцінок і пізнавальних здібностей.

9. Проблеми структур влади. Від дій, програм, режиму влади залежить соціальна напруженість і стабільність у суспільстві, активність населення [5].

Під час проведення дослідження нами проаналізовано соціальний дискурс онлайн-видань «Українська правда» і «20 хвилин». Враховуючи значний масив медіатекстів із соціальним контентом, ми виокремили матеріали, у яких актуалізуються соціальні проблеми в контексті вразливих груп населення та основних соціальних тем. Спершу проаналізуємо безпосередньо кількість журналістських текстів упродовж 2014–2015 рр. За цей період на сайтах окреслених інтернет-ЗМІ опубліковано 402 матеріали на соціальну проблематику (див. табл. 1).

Таблиця 1.

Кількісне співвідношення матеріалів відповідно до виокремлених соціальних проблем

Проблеми	Кількість онлайн-матеріалів на соціальну проблематику				Разом	% від заг. к-сті
	2014		2015			
	УП	20 Хвилин	УП	20 Хвилин		
Внутрішньо переміщених осіб	63	18	88	25	194	48,25
Сирітства	8	15	11	26	60	14,92

ВІЛ-інфікованих	–	4	–	8	12	2,98
Людей з інвалідністю	12	6	22	12	52	12,93
Малозабезпечених сімей	2	3	4	4	13	3,23
Безпритульності	1	4	2	7	14	3,48
Чорнобильців	3	2	4	2	11	2,73
Суїциду	15	5	18	8	46	11,44
Усього	104	57	149	92	402	100%
% від заг. к-сті за 2 роки	26	14	37	23	100%	

В аналізованих онлайн-виданнях пріоритетними є проблеми внутрішньо переміщених осіб, що порушені у 194 матеріалах із відсотковим еквівалентом 48,25 %. Ця категорія осіб представлена у таких журналістських текстах: «Спростили процедуру реєстрації для кримчан»; «ООН: в Україні вже 10 тисяч внутрішніх переселенців. Третина з них – діти»; «Львівщина прийме близько 500 переселенців із Слов'янська»; «Раді пропонують визнати втікачів із Донбасу переселенцями»; «Дніпропетровщина готова приймати переселенців із зони АТО і Криму»; «Рада визначила права вимушених переселенців із Криму та зони АТО»; «Мінсоцполітики обіцяє переселенцям 50 тисяч вакансій»; «На Запоріжжя від терористів втекли майже 10 тисяч вимушених переселенців»; «ЄС вимагає покарати винних у розстрілі колони переселенців»; «Із зони АТО вивезли понад 34 тисячі дітей – РНБО»; «Кількість переселенців із зони АТО та Криму перевищила чверть мільйона»; «У Дніпропетровській області німці збудують для переселенців модульне житло»; «У Раді Європи вітають прийняття закону про переселенців»; «Порошенко підписав закон про статус переселенців»; «Із Польщі на східну Україну привезуть гуманітарний вантаж»; «Допоможіть переселенцям – і вони будуть апостолами єдності України – Гузар»; «Австрія профінансує будівництво тимчасового житла для 500 переселенців із Донбасу»; «Нові реалії життя переселенців під «адміністративним наглядом»; «Німеччина передасть для переселенців у Сумську область 9 тонн гумдопомоги»; «Окупаційна влада Криму хоче відібрати землю у переселенців»; «План на мільйон. Як забезпечити переселенців житлом і допомогти економіці»; «Через агресію РФ в Україні переселенців більше, ніж у війну в Боснії»; «Чверть переселенців не збирається повертатися додому» тощо. Значну частину матеріалів про вимушених переселенців складають тексти, у яких порушуються питання реєстрації та працевлаштування внутрішньо переміщених осіб, захисту їхніх прав та надання кваліфікованої юридичної допомоги, житлового забезпечення, участі ВПО у виборах, у життєдіяльності громад тощо.

Проблеми сиріт висвітлюються у 60 матеріалах, що становить 14,92 % від загальної кількості. В аналізованих онлайн-виданнях порушуються питання евакуації сиріт із зони АТО, житлового забезпечення, медичної допомоги: «Сироту з Тернополя вже відвезли на обстеження в Італію»; «Бойовики перехопили автобус із 25 дітьми зі Сніжного»; «ДНР й надалі намагається вивезти сиріт до Росії – МЗС»; «Окупанти депортували 22 дітей-сиріт з Криму»; «Кабмін починає повну евакуацію дітей-сиріт із зони АТО»; «Прокуратура відстояла права сироти» тощо. Упродовж аналізованого періоду в інтернет-виданнях не приділялася увага питанням гейткіпінгу, державної соціальної підтримки дітям-сиротам та дітям, позбавлених батьківського піклування, надання соціальної допомоги випускникам інтернатних закладів, невідповідності вихованців шкіл-інтернатів до самостійного життя.

Проблеми людей із інвалідністю порушено у 52 матеріалах (12,93 %), із яких 34 – у «УП», 18 – у «20 хвилин»: «Рада схвалила медичну реабілітацію учасників АТО»; «Порошенко не хоче, щоб людей називали інвалідами»; «Тернопільські суди стануть зручнішими для людей з інвалідністю»; «Рада надала статус інваліда пора-

неним на Євромайдані»; «Порошенко заснував у АП відділ уповноваженого з прав людей з інвалідністю»; «Киян, що отримали інвалідність в АТО, забезпечать безкоштовними протезами»; «Порошенко хоче посилити увагу до людей з інвалідністю»; «Аваков запропонував інвалідам АТО роботу в поліції»; «1018 осіб з інвалідністю скористалися послугами служби зайнятості» тощо. В онлайн-дискурсі журналісти висвітлюють питання реабілітації учасників АТО; надання їм статусу інваліда; працевлаштування людей з інвалідністю; пільг та соцвиплат для людей з інвалідністю; наводять статистичні дані про кількість переселенців з інвалідністю. Менше спостерігається матеріалів, присвячених адаптації й соціалізації людей з інвалідністю, їх участі в інклюзивному прийнятті рішень, створенню універсального дизайну в усіх сферах життєдіяльності.

Проблеми суїциду, причини його виникнення порушено у 46 матеріалах (11,34%), з них 33 – у «УП», 13 – у «20 хвилин»: «В МВС підозрюють: активіст у Запоріжжі спалив себе сам через борги»; «Міліція стверджує, що експерти підтверджують версію про самогубство Музичка»; «Колишній перший заступник голови «Укрзалізниці» застрелився»; «Загадкові самогубства в оточенні Януковича і Ахметова: знання, несумісні з життям»; «Аваков підтвердив, що Пеклушенко скоїв самогубство»; «Підозрюваний у вбивстві Литвиненка: це було самогубство по необережності»; «Голову адміністрації Коктебелю знайшли повішеним»; «ЗМІ: екс-голова наглядової ради «Укрексімбанку» наклав на себе руки» тощо.

Проблеми безпритульності актуалізуються у 14 матеріалах (3,48%), 3 – у «УП», 11 – у «20 хвилин»: «CafeteRIA: про скандальні закони, допомогу майдану і витримку»; «Пункт обігріву продовжує роботу»; «Кабмін перевірятиме реальні статки держслужбовців» тощо. У медіатекстах артикулюються питання дискримінації безпритульних суспільством, волонтерської допомоги цій категорії осіб. В аналізованих інтернет-ЗМІ не порушуються теми соціального захисту безпритульних, їх інтеграції, надання соціально-медичних послуг, правового регулювання їх відносин у суспільстві.

Проблеми малозабезпечених сімей представлено в 13 матеріалах (3,23%): «Щоб отримати соцвиплати, прорвалась у приймальню прокурора»; «Родині з трьома дітьми відмовили у приватизації»; «На соцвиплати тернополянам виділяють майже 6 мільйонів гривень» тощо.

Проблеми ВІЛ-інфікованих висвітлено в 12 матеріалах (2,98%): «На Театралці символічно ковроно згадували померлих від СНІДу»; «За результатами аналізів на СНІД бояться приходити»; «ВІЛ на Тернопільщині виявляють навіть серед донорів»; «Акція до Дня вшанування пам'яті людей померлих від СНІДу»; «Де у Тернополі можна обстежитись на ВІЛ-інфекцію»; «Тернополянам нагадали про СНІД та ВІЛ» тощо.

Проблеми чорнобильців актуалізуються в 11 матеріалах (2,73%): «Екскурсії у Чорнобиль популярні, хоч і недешеві»; «У мережі з'явилося відео Прип'яті, зняте з дрона»; «У Мінську провели «Чорнобильський шлях»: ядерна Росія страшніша за Чорнобиль»; «У Києві вшанують пам'яті ліквідаторів аварії на ЧАЕС» тощо.

Отже, у 2014 році кількість матеріалів із соціальним контентом становила 47%, а у 2015 р. – 53%. За результатами кількісного дослідження, можемо константувати, що соціальний дискурс в онлайн-виданнях «Українська правда» і «20 хвилин» найбільше актуалізується у 2015 році. Статистичні дані свідчать, що найчастіше артикулюються проблеми внутрішньо переміщених осіб та людей з інвалідністю.

Аналіз контенту медіатекстів показав, що соціальна тематика реалізується крізь призму проблем освіти, економіки, медицини, екології, політики тощо. У цьому контексті можна окреслити провідні проблемно-тематичні вектори: формування соціальної культури громадян; проблеми соціально незахищених верств населення; соціальні відносини; безробіття; розвиток соціальних інновацій; волонтерський рух

як вид соціальної роботи; проблеми молоді; підвищення тарифів на всі види послуг; імплементація інклюзивного навчання в освітній простір; пропаганда здорового способу життя; роль державної політики у сфері соціального захисту населення тощо.

Значна частина соціальної інформації в «Українській правді» і «20 хвилин» присвячена соціальним проблемам у контексті воєнних дій на сході України. Зокрема, в інтернет-дискурсі артикуються проблеми військових, полонених, поранених; адаптації внутрішньо переміщених осіб із зони АТО; соціального захисту населення; невивплати заробітної плати; волонтерської діяльності тощо.

За результатами дослідження медіатекстів, присвячених соціальним проблемам, виділяємо такі тенденції їх висвітлення: «заклик» до втручання, залучення громадян до вирішення соціальних питань; драматизація подій; «заякування» населення докладним описом асоціальних вчинків, скоєних дітьми, які залишилися без піклування батьків, безпритульними; використання соціальної проблематики для посилення позиції політика; висвітлення окремих форм діяльності без критичного розгляду та порівняння з іншими видами, що утверджує практику «замовного» матеріалу та стимулює маніпуляції громадською думкою; тенденція «жертви», тобто ставлення до героїв матеріалу, як до жертв; заклик до милосердя; навішування «ярликів»; «принцип вибірковості»; стигматизація соціально незахищених верств населення; міфологізація тем; конструювання песимістичних сценаріїв.

Журналістські матеріали соціального спрямування подаються у новинних та аналітичних жанрах. Проте тексти, презентовані новинними жанрами, у кількісному співвідношенні складають більшу частину масових інформаційних потоків соціальної проблематики онлайн-видань (див. табл. 2).

Таблиця 2.

Жанрове співвідношення матеріалів із соціальним контентом

№ з/п	Жанрові форми медіаматеріалів	Кількість матеріалів на соціальну проблематику	
		«Українська правда»	«20 хвилин»
1.	Хронікальна замітка	4	3
2.	Розширена замітка	93	58
3.	Критична замітка	15	6
4.	Коментоване повідомлення	33	29
5.	Коментар	19	25
6.	Стаття	36	21
7.	Інтерв'ю	20	12
8.	Звіт	10	6
9.	Лист у редакцію		12
	Разом	230	172

В аналізованих інтернет-ЗМІ переважають матеріали таких жанрів: розширена замітка («Уряд дозволив безпритульним претендувати на житло»; «Майно дітей-сиріт відвойовують через суд»; «Діти-сироти можуть жити в соціальному гуртожитку»; «Окупанти депортували 22 дітей-сиріт з Криму»; «З початку 2014 року майже 600 військових загинули не через військові дії»; «Активісти пікетують посольство РФ в Києві через репресії у Криму»; «Для дітей-переселенців у Тернополі організували дозвілля»; «Вшанують учасників ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи»); критична замітка («Квартир – усе більше, а житла потребуючим меншає»);

«Виховання у дітей Тернопільського технічного ліцею ціннісного ставлення до власного життя і здоров'я»; «У Тернополі – «Місія доброчинності»); хронікальна замітка («Київ, що отримали інвалідність у АТО, забезпечать безкоштовними протезами»; «Нове відео від Bebylon 13: «Переселені»); коментоване повідомлення («Жінок з особливими потребами перетворили на Попелюшок»; «Малозабезпечені тернополяни можуть отримати безкоштовно одяг, взуття та продукти»; «100 сімей відпочили цієї неділі на славу»; «Діти-сироти розмальовували фарбами тернопільські автомобілі»; «Сироти та діти з неблагополучних сімей отримали допомогу від Карітасу»; «У Києві знайшли мертвим Чечетова – викинувся з вікна»; «На Лановеччині хлопець після сварки з матір'ю спробував вкоротити собі віку»; «Мати журналіста Дениса Захарчука не вірить у самогубство сина»; «Чверть переселенців не збирається повертатися додому»; «Битва стартапів: переселенці борються за гроші ЄС для своїх бізнес-ідей»); коментар («Або Майдан модернізується, або маргіналізується»; «Придбайте картину – допоможіть зібрати кошти на пандус»); стаття («ГПУ: Ключеві привласнили завод і фінансували його, відібравши гроші у дітей»; «У РФ знищили 520 тонн продуктів і задумалися про Донбас»; «Переселенцям із Донбасу прохання не турбувати»; «План на мільйон. Як забезпечити переселенців житлом і допомогти економіці»); інтерв'ю («1986: спогади очевидців аварії на ЧАЕС. «Чорнобиль. Пряма мова»»; «Як живуть сироти в Тернопільських інтернатах?»); листи в редакцію («Переселенці зі Сходу влаштовуються на Тернопільщині на посади і заводять свої порядки»; «Тернопільські студенти-сироти організували сплав»; «Немає «чужих» дітей. Чи є місце під сонцем для майбутніх випускників інтернату?») та інші.

Висновки та перспективи. Опрацьований матеріал дозволяє стверджувати, що соціальні проблеми актуалізуються в аналізованих онлайн-виданнях. У сучасній академічній науковій думці існують різні підходи щодо дефініції поняття «соціальна проблема». Узагальнивши їх, соціальні проблеми визначаємо як динамічні соціальні конструкції, які виникають у результаті реагування на соціальні умови. Проаналізувавши медіатексти за 2014–2015 рр., виявляємо тенденцію до збільшення кількості матеріалів на соціальну тематику в 2015 році.

Акцентованість онлайн-видань «Українська правда» та «20 хвилин» на висвітленні соціального контенту визначає широкий тематичний діапазон матеріалів: працевлаштування соціально незахищених груп населення, їхня соціалізація; регулювання правових відносин у суспільстві; пільги та соціальні виплати для вимушених переселенців, малозабезпечених сімей, сиріт, людей з інвалідністю; реабілітація вимушених переселенців, осіб з інвалідністю; надання статусу переселенця, інваліда тощо. Слід зазначити, що соціальний дискурс в «Українській правді» різноаспектно відображає життєвий досвід соціально вразливих осіб, формує їх позитивний образ. Регіональне інтернет-видання однобічно висвітлює соціальні проблеми, у медіаматеріалах переважає стереотипне сприйняття соціально незахищених груп людей.

Що ж стосується жанрових форм презентації соціальної проблематики, то характерними прикладами її реалізації є замітка, аналітична й проблемна статті, кореспонденція, коментар, репортаж, інтерв'ю, звіт, лист у редакцію. Аналітичні матеріали зазвичай доповнені зображальними елементами (фото, графіка, діаграми), що підсилює вплив тексту публікації на реципієнта.

Перспективним для подальшого дослідження видається відстеження читацької реакції на матеріали онлайн-видань «Українська правда» і «20 хвилин», що висвітлюють актуальну соціальну проблематику (опубліковані соціальні відгуки, виявлені згадки, коментарі, посилання в соціальних мережах, обговорення у блогах тощо).

1. 20 хвилин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://te.20minut.ua/>

2. Климанська Л. Д. Медіа-імідж соціальної проблеми. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. К., 2009. Вип. 15. С. 273–279.

3. Корнієнко М. В., Малиш М. М. Соціальні проблеми молоді: медіаризики та медіа профілактика. *Наукові записки Інституту журналістики*. К., 2011. Т. 43. С. 69–99.

4. Лаврик О. В. Соціальна проблематика газетних виступів : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 72 с.

5. Парфанович І. І. Соціальна діагностика. Курс лекцій. Тернопіль, ТДПУ, 2009. 182 с.

6. Семігіна Т. В. Інформаційне забезпечення соціальної сфери : метод. посіб. до курсу. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 156 с.

7. Ткаченко О. Г. Соціальні проблеми на шпальтах газет – дієвий чинник у процесі виховання особистості (на матеріалі обласної преси Сумщини). *Наукові записки Інституту журналістики*. К., 2010. Т. 38. С. 69–72.

8. Українська правда. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/>

9. Фролова Т. И. Социальная проблематика. *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.

10. Шендеровський К. С. Медіакомунікації та соціальні проблеми : збірка навч.-метод. матер. і наук. статей у трьох част. Частина перша. К., 2012. 288 с.

11. Шендеровський К. С. Передумови інституалізації соціально значимих медіа. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. «Филология. Социальные коммуникации»*. 2011. Т. 24 (63). № 4. Ч. 1. С. 121–134.

1. 20 xvylyn [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <https://te.20minut.ua/>

2. Klymanska, L. D. (2009), Media-imidzh socialnoyi problemy, [Media image of a social problem], Metodologiya, teoriya ta praktyka sociologichnogo analizu suchasnogo suspilstva. Kyiv, iss. 15, pp. 273–279.

3. Korniyenko, M. V. and Malysh, M. M. (2011), Socialni problemy molodi: mediaryzyky ta mediaprofilaktyka, [Social problems of youth: media risks and media prevention], Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky, Kyiv, vol. 43, pp. 69–99.

4. Lavryk, O. V. (2010), Socialna problematyka gazetnykh vystupiv : navchalno-metodychnyj posibnyk dlya studentiv zi specialnosti «Zhurnalistyka», [Social issues of newspaper speeches: a methodological manual for students in the specialty «Journalism»], XNU im. V. N. Karazina, Harkiv, Ukraine, 72 p.

5. Parfanovych, I. I. (2009), Socialna diagnostyka. Kurs lekcij, [Social diagnostics. A Lecture Coursebook], TDPU, Ternopil, Ukraine, 182 p.

6. Semygina, T. V. (2007), Informacijne zabezpechennya socialnoyi sfery : metod. posib. do kursu, [Information provision of the social sphere: methodical manual to the course], Vyd. dim «Kyievo-Mogylyanska akademiya», Kyiv, Ukraine, 156 p.

7. Tkachenko, O. G. (2010), Socialni problemy na shpaltax gazet – diyevyj chynnyk u procesi vuxovannya osobystosti (na materialy oblasnoyi presy Sumshhyny), [Social problems on the pages of newspapers are an effective factor in the process of educating the individual (on the material of the regional press of Sumy region). Scientific notes of the Institute of Journalism], Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky, Kyiv, vol. 38, pp. 69–72.

8. Ukrayinska pravda [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.pravda.com.ua/>

9. Frolova, T. Y. (2008), Socyalnaya problematyka, [Social Issues], Problematyka SMY: Ynformacyonnaya povestka dnya : ucheb. posob. dlya stud. vuzov / pod. red. M. V. Shkondyna, G. S. Vychuba, T. Y. Frolovoj, Aspekt Press, Moskva, pp. 98–142.

10. Shenderovskiy, K. S. (2012), Mediakomunikaciyi ta socialni problemy : zbirka navch.-metod. mater. i nauk. statej u trox chast, [Media communication and social issues: Compilation of educational methodological materials and scientific articles in three parts], Chastyna persha, Kyiv, Ukraine, 288 p.

11. Shenderovskiy, K. S. (2011), Peredumovy instytualizaciyi socialno znachymykh media, [Prerequisites for the institutionalization of socially significant media], Uchenye zapysky Tavrycheskogo nacyonalnogo unyversyteta im. V. Y. Vernadskogo. Ser. «Fylologyya. Socyalnye kommunykacyu», vol. 24 (63), no. 4, part 1, pp. 121–134.

UDC 007 : 364.6] : 004.77 : 070.1(477)

SOCIAL PROBLEMS IN THE ONLINE EDITIONS «UKRAINSKA PRAVDA» AND «20 KHYLYN»

Medynska Olesia, PhD in Philology,

Volodymyr Hnatiuk Ternopil National Pedagogical University, 2, Maxyma Kryvonosa St., Ternopil, 46027, Ukraine, e-mail: medynskao@ukr.net,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-3769-163X>,

Medynskyy Markiian, student of Medical department,

I. Horbachevskyi Ternopil State Medical University, 1, Freedom Square, St., Ternopil, 46001, Ukraine, e-mail: marko.medynsky@gmail.com

Introduction. In the modern era of information and civil society, social issues are widely articulated in the media discourse. The media faced the need for a rethinking of social narrative, the formation of social competence of the public.

Significance and purpose. The significance of the topic is connected to information gap in the Ukrainian academic science in the segment of social issues in online editions. **The purpose** of the article is to determine the specifics and trends of coverage of social issues in the Internet media «Ukrainska Pravda» and «20 Khvylyn» during 2014-2015.

Research methods. The methodological basis involves the use of methods of comparative analysis, synthesis; induction and deduction, content analysis, monitoring.

Results. Findings of the current study ascertain that social discourse in online editions «Ukrainska Pravda» and «20 Khvylyn» is mostly actualized in 2015. The leading problem-thematic vectors of materials with social content are outlined. The following tendencies of coverage of social problems are traced: the usage of social problems to strengthen the position of a politician; the attitude to the heroes of the material as to the victims; tendencies of labeling people; stigmatization of socially disadvantaged groups of the citizens; mythologization of the topics; constructing of pessimistic scenarios, dramatizing the events; population «bullying» with a detailed description of anti-social acts. Journalistic materials of social orientation are provided in the hard news stories, interpretive, analytical, and investigative genres. The majority of the massive information flows of the social issues of online publications are texts presented by hard news and investigative genres.

Conclusions. Having analyzed the media texts in 2014 and 2015, we have delineated a tendency of increasing the number of materials on social topics in 2015. The accentuation of resources to cover social content determines a wide thematic range of materials: employment of socially disadvantaged groups of the population; their socialization; the regulation of legal relations in the society; benefits and social benefits for forced migrants, low-income families, orphans, disabled people; rehabilitation of forced migrants, disabled people; granting the status of a migrant, a disabled person, etc. Social issues are actualized in such genre forms as analytical and problematic articles, correspondence, commentary, shorts, report, interview, review articles.

Prospective for further research is the tracking of the reader's reaction to materials with social content.

Key words: *social issues, internet media, online editions, social discourse.*

Стаття надійшла до редакції 05.03.2019