

бібліотечну сферу комп'ютерних і телекомунікаційних систем, зокрема Інтернет-технологій.

*Горошок В.В.
студентка магістратури
юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету
Науковий керівник: к. філол. н.,
доцент кафедри інформаційної та
соціокультурної діяльності ТНЕУ
Білоус Л.І.*

СУЧАСНА ВЗАЄМОДІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ І СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ

Сьогодні в Україні здійснюється процес глобального реформування державної системи соціального захисту та переходу від патерналістської моделі соціальної політики до ринкової. Знижується ступінь участі держави в галузях соціальної сфери, впроваджуються програми змішаного фінансування, зміцнюється роль соціального страхування, формується мережа лікувальних закладів, які надають допомогу різним групам населення, розробляються нові технології роботи з соціально вразливими людьми. Залученою у цей процес виявилася і журналістика, оскільки глибина і різнобічність модернізації соціально-політичної системи зміцнили її роль.

Інституційна взаємодія відбувається за кількома напрямками. ЗМІ відображають процеси, стану і ситуації, що відбуваються в суспільстві, допомагають адаптуватися нужденним соціальним групам, підтримують стабільність соціуму, згладжують внутрішні протиріччя. Вплив журналістів на управлінську діяльність влади допомагає в лобіюванні законодавства, необхідного для захисту найбільш соціально вразливих груп населення. Журналістика забезпечує публічність політики і здійснює соціальний контроль в суспільстві, який проявляється в моніторингу та аналізі законодавчих заходів, оцінці діяльності адміністративних структур і організацій соціального профілю, патронажі конкретних людських доль в ході вирішення їхніх проблем на різних рівнях. Надаючи соціальній проблемі персоніфікований особистісний характер, ЗМІ створюють відчуття причетності, часто стають ініціаторами благодійних акцій і іноді можуть виступати в якості суб'єктів соціальної, координаційної, юридичної, психологічної допомоги.

У той же час вплив ЗМІ може носити і дизфункціональний характер, сприяючи формуванню міфів і стереотипів, нагнітання негативних емоцій, дезінформації.

Висвітлення проблематики соціальної роботи відбувається на трьох рівнях. Мікрорівень використовується журналістами для персоніфікації соціальної проблеми, формування почуття причетності. Мезорівень застосовується для демонстрації прикладів практичного вирішення проблеми та надання допомоги нужденним. Макрорівень наводиться для обговорення законодавчих ініціатив, моніторингу законів, відстеження їх реалізації на

практиці. У період різких змін в сфері соціальної політики посилюється інформаційна та консультаційна роль ЗМІ.

Взаємодія ЗМІ та організацій, що реалізують соціальну роботу, знаходиться на активній стадії свого розвитку. Організації соціального профілю впроваджуються в простір журналістики через публікації у пресі, спільні проекти зі ЗМІ. У свою чергу, журналісти звертаються до фахівців із соціальної роботи за інформацією і експертною оцінкою. В останнє десятиліття з'явився новий специфічний тип міжсекторальних організацій, що сприяють становленню соціального партнерства між журналістами і організаціями соціальної сфери.

Схема інституційної взаємодії журналістики та соціальної роботи детально описує її механізм і політичний контекст. Серед існуючих практичних форм взаємодії можна назвати наступні: створення громадських рад, проведення акцій, проектів, круглих столів, конференцій, досліджень, теле- і радіомарафонів, конкурсів, семінарів, тренінгів, майстер-класів. Звернення до соціальної проблематики призвело до формування в журналістиці з окремим напрямом, «соціальної журналістики», формоутворювальними критеріями якого є: орієнтація на специфічні теми, розташування журналіста на стороні аудиторії, статус «захисника» інтересів «простих» громадян, особливі особистісні якості співробітників ЗМІ.

Підготовка матеріалів з соціальних проблем здійснюється за традиційними схемами. З одного боку, це дозволяє виводити приватні проблеми на рівень соціальних, але з іншого – суттєво стандартизує процес розкриття соціальної проблематики, створюючи штампи.

Для отримання інформації журналісти вдаються до різних джерел. Відомості, отримані від об'єктів соціальної роботи, сприяють персоніфікації проблеми. Статистика допомагає актуалізації питання і демонстрації його значущості для широкої аудиторії. Співробітники служб привносять інформацію про елементи соціальної роботи, а органи влади наділяються основною відповідальністю за вирішення проблеми.

Прикметно, що в більшості публікацій авторська позиція висловлюється безпосередньо, що свідчить про превалювання думки журналіста, яка підкріплюється відповідними заявами експертів, фахівців, державних службовців. Таким чином, об'єктивність і аналітичність ЗМІ, надання рівних можливостей для висловлення різних точок зору піддається серйозному сумніву.

Журналіст, який спеціалізується на висвітленні соціальної проблематики, – особлива характеристика інституційної взаємодії журналістики та соціальної роботи. Журналістів, які висвітлюють соціальну проблематику в сучасних суспільно-політичних ЗМІ, можна віднести до досвідчених професіоналів: їх вік коливається від 34 до 50 років, а час роботи в журналістиці налічує від 10 до 20 років. Орієнтація на аудиторію, яка потребує додаткової підтримки, артикуляція інтересів соціально вразливих груп населення призводить журналістів до необхідності ролей «соціального працівника» і «порадника», реалізація яких здійснюється як за рахунок професійних методів, так і за допомогою додаткових організаційних зусиль, що вживаються на підставі особистих зв'язків і авторитету в середовищі офіційних осіб і фахівців соціальних служб.

Узагалі можливості журналістики в рішенні соціальних проблем є досить широкі: інформування, консультування, роз'яснення з різних питань соціальної політики та соціального забезпечення; вплив на діяльність офіційної влади і соціальних служб з метою захисту інтересів і прав конкретних громадян; формування громадської думки з питань соціальної роботи; вплив на законодавство та механізми його реалізації в відношенні осіб, які потребують допомоги. У той же час незадоволеність самих журналістів власним матеріально-економічним становищем змушує їх поєднувати професійну діяльність з викладанням, PR, рекламою. Все це негативно відбивається на якості журналістської продукції, психологічному стані творчих працівників ЗМІ. Характерними ознаками тих, хто працює в сфері соціальної проблематики, є песимізм і «синдром професійного вигорання», в зв'язку з чим рекомендується інтегрувати систему психологічної підтримки журналістів в роботу редакційних колективів, проекти міжсекторальних організацій.

Список використаних джерел

1. Иванян Р. Г. Журналист социальной сферы: личностные и профессиональные характеристики. *Журналистика и социология*. 2005. No 3. С. 193–210.
2. Климанська Л. Медіа-імідж соціальної проблеми. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. Вип. 15. 650 с.
3. Лаврик О. Соціальна проблематика газетних виступів : навч.–метод. посіб. для студ. зі спец. «Журналистика». Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 72 с.
4. Хилько М. Вплив контенту засобів масової комунікації на український соціум. *Актуальні питання масової комунікації*. 2014. Вип. 16. С. 57–68.
5. Шендеровський К. Медіакомунікації та соціальні проблеми: збірка навч.-метод. матер. і наук. статей у трьох част. Частина перша / [упор., ред. К. С. Шендеровського]. Київ, 2012. 288 с.

Грох С.І.
студент магістратури
юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету
Науковий керівник: к. філол. н.,
доцент кафедри інформаційної та
соціокультурної діяльності ТНЕУ
Біловус Л.І.

КОМУНІКАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ: РЕЦЕПЦІЯ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Актуальність дослідження комунікаційного середовища доби інформаційного суспільства зумовлена посиленням багатofункціональності системи соціальних зв'язків, взаємовідносин у різних сферах суспільної діяльності, пов'язаних із задоволенням нагальних потреб суспільства. Зміни комунікаційного середовища зумовлені трансформацією комунікаційних структур і систем суспільства, засобів, знарядь та каналів комунікації, подання,