

В.Р. Карпенко
(Національний авіаційний університет, Україна)

Соціальна журналістика, як важлива складова сучасного суспільства

У статті досліджена роль і значення соціальної журналістики у формуванні громадської думки, окреслено головні завдання та функції журналістики, зазначено цілі адвокаційної журналістики.

Терміни соціальної журналістики.

Соціальна журналістика на сьогодні займає дуже важливе місце у інформаційному просторі і, безумовно, формує громадську думку й виконує свою соціальну місію. Так як, захищає права різних соціальних груп, допомагає долати стереотипи, створює сприятливі умови для дотримання рівних прав у всіх сферах життя. бореться за права та свободи людини. Тобто, вона є основою сучасного цивілізованого суспільства, адже сприяє вирішенню соціальних проблем. Таким чином, журналістика є вагомим інструментом в формуванні громадської думки.

Існує багато визначень терміну «соціальна журналістика», але все більше науковців приходять до думки, що соціальна журналістика виступає окремим видом журналістики. Про це, наприклад, говорить дослідник Н. Вихристюк, який зазначає, що соціальна журналістика – “вид журналістики, об’єктом якого виступають конкретні люди, їх групи і суспільство в цілому, а також їх взаємодія” [2].

Проте, існують й інші думки: деякі науковці доводять, що соціальна журналістика – це традиційна журналістика, оскільки завдання і першої, і другої збігаються й спрямовані на суспільство. До прикладу, дослідник І. Дзялошинський зазначає, що не існує журналістики соціальної і несоціальної, оскільки вся журналістика соціальна, якщо допомагає людям приймати компетентні рішення на основі достовірної та оперативної інформації [4]. На думку відомого журналістикознавця К. Шендеровського, слід виокремлювати соціальну журналістику від традиційної. Перш за все, тому що соціальна журналістика ставить за мету не лише інформування реципієнта, а й актуалізацію у суспільстві “прийняття рішень та участі у розв’язанні соціальних проблем” [6].

Яка відмінність між соціальною журналістикою і традиційною? Різниця полягає в тому, що головна місія традиційної журналістики – інформувати громадян. Фахівці соціальної журналістики вважають, що головне – ділитися інформацією, яка допоможе аудиторії прийняти рішення в суспільно значущих проблемах і спонукатиме їх ставати більш активнішими в житті суспільства. Тим самим, соціальна журналістика бере на себе більшу відповідальність, бо, певною мірою, втручається в особисте життя громадян, а не тільки висвітлює новини та факти.

Предметом соціальної журналістики виступає ряд проблем людини як в буденному житті, так і в житті суспільства. Саме розгалужена предметна

специфіка й ставить під сумнів виокремлення соціальної журналістики в окрему гілку. Науковець І. Дзялошинський вважає, що соціальна журналістика вирізняється тим, що не просто відображає дійсність, інформуючи аудиторію про події, що «відбуваються і даючи можливість обмінятися думками з різних приводів, але і особливим чином бере участь у регулюванні відносин між людьми і соціальними спільнотами, прагнучи позитивно вплинути як на самі ці відносини, так і на соціальні структури, що управляють різними сферами суспільного життя» [3, с. 19].

Дослідник К. Шендеровський визначає наступні передумови, які аргументують необхідність виокремлення соціальної журналістики:

- соціальні потреби людей;
- мультифакторне життя;
- соціальна інтеграція та розвиток;
- соціальні патології;
- соціальна значущість медіадіяльності [7].

Вирішуючи соціальні проблеми, реалізується об'єднання суспільства, на фоні спільного вирішення проблеми в публічному світі, таким чином залучуючи до цього людей різного віку, статусу, досвіду та можливостей. Але цьому може сприяти лише перевірене та достовірне висвітлення події в ЗМІ.

Дослідниця М. Бережна визначає наступні цілі, які постають перед соціальною журналістикою:

- давати повну і постійну інформацію про стан соціальної сфери;
- допомагати жити в мінливому світі: надавати допомогу в конкретній ситуації, інформувати про прецеденти вирішення проблем, шукати шляхи вирішення проблем;
- брати участь у формуванні та провадженні соціальної політики, піддавати громадській експертизі законопроекти;
- підтримувати рівновагу інтересів у суспільстві, виробляти спільну позицію, знімати соціальну напруженість;
- давати моральну оцінку подіям, ставити інтереси та ідеї гуманізму і добра вище ситуативних інтересів окремих груп [1, с. 8].

Серед структуроутворювальних ролей основною для місії соціальної журналістики є роль модерації соціального діалогу. Це означає, що соціальна журналістика створює середовище для рівноправного діалогу між різними людьми, групами та спільнотами — хоч би які вони були відмінні в ідеях, намірах, засобах самоорганізації, — під час якого вирішуються соціальні суперечності та конфлікти [5].

Висновок. Досвід повсякденного життя наводить на думку, що в XXI столітті суспільство перенасичене соціальними проблемами більше ніж з десяток років тому. Це говорить про вагомість проблематики соціальної журналістики. Сучасна соціальна журналістика є специфічною медіа-зброєю, яка бореться за права людей та підтримує порядок в цивілізованому суспільстві. У відповідь люди все частіше беруть участь у розв'язанні проблем, тим самим роблячи роботу журналіста більш якісною. Бо люди-рушійна сила в боротьбі з соціальними проблемами суспільства. Якісний

соціальний аналіз та об'єктивна подача інформації – головні критерії існування соціальної журналістики.

Список літератури

1. Бережная М.А. Социальная тележурналистика. Санкт-Петербург: Роза мира, 2005. 217 с.
2. Вихристюк Н. Соціальна журналістика як галузь суспільної діяльності: вплив та взаємодія з соціумом. Магістерський науковий вісник. 2018. № 31. С. 23–24.
3. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. Москва: Престиж, 2006. 104 с.
4. Дзялошинский И. М. Какая журналистика может считаться социальной? В кн.: НКО и СМИ: мостик через пропасть. Москва, 2002.
5. Прохоров Е. Режим диалога для демократической журналистики открытого общества / Е. Про - хоров. — М., 2002.
6. Шендеровський К.С. та ін. Медіакомунікації та соціальні проблеми: збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша / Упор., ред. К. С. Шендеровського. Київ, 2012. 288 с.
7. Шендеровський К. Передумови соціальної компетентності медіапрацівників / К. Шендеровський // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2011. — Т. 43. — Квітень–червень. — С. 89–95