

Соколова К. О.,
аспірантка
Інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

Sokolova Kateryna,
PhD Student

УДК 007:070.44:304.4:001.4

Компонент «соціального» у сучасній журналістиці: соціальна журналістика

The Concept of «Social» in the Modern Journalism: Social Journalism

Мета статті – охарактеризувати компонент «соціального» у сучасній журналістиці, ступінь і шляхи його вираження, які дають змогу формувати соціальну журналістику; дати визначення соціальної журналістики.

Методи дослідження. Для проведення дослідження використано метод аналізу літератури різних країн про соціальну журналістику. Саме завдяки аналізу стало можливим класифікувати поняття соціальної журналістики та сформувати її певну модель для України.

Результати і висновки. Соціальна журналістика як окрема практика тільки починає формуватися. Вчені ще не виробили чітких схем аналізу медіапродуктів на соціальну тематику. Українські та зарубіжні дослідники у більшості не розділяють поняття соціальної журналістики та журналістики соціальних мереж, що ускладнює процес визначення основних характеристик соціальної журналістики. Для аналізу поняття «соціальна журналістика» використано матеріали відкритих англомовних джерел, роботи російських, українських та латиноамериканських дослідників у галузі журналістики. Розглянуто характеристики соціальної журналістики як окремої практики.

Соціальна журналістика не може існувати без концепту співучасті. Співучасть пояснюється як ключовий елемент соціальної журналістики. Без соціальної журналістики, якою її розуміють в Україні, в сучасному суспільстві вирішення соціальних проблем є проблематичним через брак правдивої та компетентної інформації. Процес відокремлення соціальної журналістики в окрему практику триває досі. Незначна кількість медіа продукують якісні матеріали на соціальну тематику.

Ключові слова: соціальне; журналістика; співучасть.

The main objective of the article is to characterize the component of “social” in modern journalism, its levels and ways of expression that form social journalism; to give a definition of social journalism.

Methodology. The method of the analysis of literature on social journalism in different countries was used during conducting of the research. The analysis allowed to classify the concept of social journalism, and create a model and the basic concepts of social journalism in Ukraine.

Results and Conclusions. Social journalism in Ukraine and in the world are two different concepts which the scholars need to work with. It is very important to understand that social journalism in the western world is the journalism of social networks. In Ukraine, it is more complicated. It is journalism related to social problems of the society, it is about people and for people. This is the main reason why we should pay attention to this topic. The definition of social journalism has to be unified. Otherwise, it will be very hard for the scholars all over the world to analyze these two completely different branches of journalism as one. The scholars should vary the social journalism and the journalism of social networks that are two fundamentally opposite concepts.

The relevance of this research is that social journalism as a separate practice is just beginning to form. The scholars have not yet developed a clear scheme of media products analysis on social issues. The purpose of this article is to analyze the existing social concepts in the modern journalism in many languages, including English, Spanish, Ukrainian and Russian. For the analysis of the material, the English opens sources as well as the works of Russian, Ukrainian and South American researchers in the field of journalism were taken. To conduct the research there were used the method of modeling, analysis, synthesis and generalization. The article is devoted to the social journalism as





a separate practice as well as its basic concepts. The participation is explained as a key element of social journalism.

Keywords: social; journalism; participation.

Вступ. Соціальна журналістика – це спеціалізований вид журналістики, скерований на вирішення, запобігання та відображення соціальних проблем у суспільстві. Різниця між новими медіа, соціальними мережами та соціальною журналістикою принципова і полягає в якості та результативності. Результативність журналістики соціальних мереж обмежується взаємодією. Соціальна журналістика використовує взаємодію як механізм своєї реалізації.

Метою поданої статті є дати характеристику компоненту «соціального» у сучасній журналістиці, ступінь і шляхи його вираження, які дозволяють формувати соціальну журналістику; дати визначення соціальної журналістики. Для досягнення мети були виконані такі завдання: (1) охарактеризований компонент «соціального» у сучасній журналістиці, (2) дати визначення соціальної журналістики, (3) пояснити різницю між соціальною журналістикою та журналістикою соціальних мереж.

Щоб дати визначення соціальної журналістики, треба звернутися до визначення «соціального» у контексті журналістики.

У різних науках існують різні визначення «соціального». Найбільш ґрунтовне з них таке: соціальне – сукупність тих чи тих якостей і особливостей соціальних відносин, інтегрована індивідом чи спільнотами в процесі спільної діяльності (взаємодії) у конкретних умовах, яка виявляється в їх ставленні:

- одне до одного;
- до своєї ролі в суспільстві;
- до явищ і процесів суспільного життя [1].

Взаємодія (іншими словами її можна назвати «співучастю») є принципово важливою основою соціального. Саме співучасть досліджується в цій статті як основна передумова виділення окремої практики соціальної журналістики.

Ставлення одне до одного, згадане у визначенні «соціального», базуватиметься на ставленні конкретного суб'єкта (представника практики) до іншого суб'єкта (представника цієї або іншої практики). У випадку журналістики, ці суб'єкти будуть професійними або громадськими журналістами.

Ставлення до ролі в суспільстві відображатиметься у ставленні професійного або громадського журналіста до суспільства, в якому він живе, до його становища в цьому суспільстві. Але найголовніше – це ставлення до становища іншого суб'єкта в цьому суспільстві й усвідомлення своїх можливостей щодо того, яким чином він може змінити це становище своїми медіапродуктами.

Під явищами й процесами суспільного життя в контексті соціальної журналістики мається на увазі та взаємодія, яку здійснюють два суб'єкти, і результат цієї взаємодії.

Теоретичне підґрунтя. Визначенням і дослідженням соціальної журналістики в Україні вже активно займається К. Шендеровський. Зокрема, лише в Інституті журналістики з 2012 року було опубліковано декілька посібників із соціальної журналістики, створених спільно зі студентами.

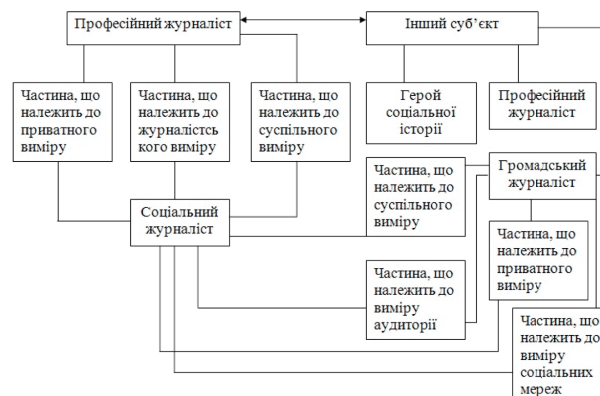
Визначенням соціального, а також соціальної реклами займається Д. Олтаржевський. 2016 року був опублікований посібник із соціальної реклами, який використовується під час навчання.

Праці зарубіжних вчених, в основному, базуються на ототожненні соціальної журналістики з журналістикою соціальних мереж. Утім, Алісія Ситринблум, аргентинська журналістка та дослідниця, розділяє ці поняття, що стало одним із опорних пунктів при проведенні поданого дослідження.

Методи дослідження. Для проведення дослідження використано метод аналізу літератури про соціальну журналістику в різних країнах. Саме завдяки аналізу стало можливим класифікувати поняття соціальної журналістики та сформулювати певну модель і основні поняття соціальної журналістики для України.

Результати і обговорення. З огляду на реальну практичну картину соціальної журналістики, взаємодія між суб'єктами в межах соціального відбувається на кількох рівнях, залежно від рис, які формують суб'єктів цієї взаємодії. Ми моделюємо кілька таких рівнів (див. рис. 1).

Рисунок 1.
Рівні «соціальної» взаємодії в контексті журналістики



Перший рівень – професійний. Професійний журналіст у соціальній журналістиці може мати такі рівні поведінки:





– приватний вимір, тобто сім'ю, друзів і все, що характеризує поведінку журналіста в цьому вимірі;

– журналістський вимір – редакційні колегиї, до яких має відношення професійний журналіст, і його поведінка у цих колегиїях;

– суспільний вимір – усі інституції, до яких має відношення журналіст, і поведінка журналіста в цих інституціях.

Три рівні поведінки формують професійного журналіста. Не можна не брати до уваги навіть один рівень, оскільки ті самі рівні формують соціального журналіста.

Другий рівень – аматорський (громадський). Громадського журналіста в соціальному в контексті журналістики формують вже чотири рівні поведінки:

– приватний вимір, тобто сім'я, друзі й усе, що характеризує поведінку журналіста у цьому вимірі;

– суспільний вимір – усі інституції, до яких має відношення журналіст, і поведінка журналіста в цих інституціях.

– вимір аудиторії – аудиторії, до якої належить громадський журналіст;

– вимір соціальних мереж – ресурсів, які використовує громадський журналіст для донесення своїх медіапродуктів.

«Соціальне» у соціальній журналістиці можна визначити так: *усвідомлення власного становища в суспільстві та становища іншого суб'єкта, усвідомлення можливостей щодо поліпшення, виправлення, корекції цього становища за допомогою медіапродуктів.*

Також існує поняття «суспільного». У соціальній журналістиці це поняття теж має свої особливості (див. табл. 1).

Таблиця 1.
Особливості соціального і суспільного
у соціальній журналістиці.

Особливості	
Соціальне	Суспільне
Має цільове значення, стосується окремої теми або проблеми, яка виникає у вразливих представників суспільства	Має широке значення, спільна проблема або тема для всього суспільства.
Стосується психологічного, емоційного й фізичного станів окремих вразливих представників суспільства.	Може стосуватися культурних подій, надбань і розповідати про них.
Стосується розвитку окремих соціумів (спільнот), груп і громад, які формують суспільство.	Стосується розвитку суспільства в цілому.
Може стосуватися економічного, політичного аспектів у контексті конкретизації для героя соціальної історії/ситуації.	Може стосуватися економічного, політичного аспектів у загальному контексті суспільства.

Соціальне є вужчим поняттям, цільовим, яке стосується однієї конкретної нужденної людини, представника суспільства, та її ролі в цьому суспільстві, а також взаємодії з іншими суб'єктами в різних сферах життя.

Суспільне має широке значення й зачіпає всі сфери суспільного життя. Воно стосується всіх представників суспільства без конкретизації соціальної історії.

Оскільки для соціальної журналістики важлива конкретизація, тобто те, що стосується окремої людини, приклади позитивного вирішення соціальної проблеми, то «соціальне» є важливішим. Крім того, участь журналіста в розумінні та вирішенні соціальної проблеми вже є позитивним складником.

У науковій літературі ототожнюють поняття «соціальної проблеми» і «суспільної проблеми». Проте життя окремої людини й життя суспільства в цілому не є тотожними. Варто зазначити, що соціальна проблема завжди є суспільною проблемою, оскільки життя окремої людини так чи так стосується життя іншої. Але суспільна проблема не завжди є соціальною, оскільки може не стосуватися окремої людини.

Доцільно навести такий приклад: відкинемо чинник хабарництва, незаконну вирубку лісу і припустимо, що будівництво за містом відбувається законно. У радіусі кількох кілометрів немає поселень і люди можуть не знати про вирубку лісів і будівництво. Воно не заважає суспільству й окремим людям. Утім, це будівництво зачіпає чинник екології й порушує баланс суспільного, що робить його суспільною проблемою. Така проблема не є соціальною, оскільки вона не стосується психологічної та фізичної сфер життя окремих представників суспільства, але стосується фізичної сфери суспільства в цілому, оскільки впливає на стан здоров'я всіх його представників, навіть якщо вони про не знають.

Доречно виділити спільні та відмінні риси соціальної і суспільної проблем (див. табл. 2).

Таблиця 2.
Спільне та відмінне соціальної та суспільної проблеми

Соціальна проблема	Суспільна проблема
Стосується окремого представника суспільства – людини нужденної.	Стосується окремого представника суспільства та їх сукупності.
Зачіпає соціопсихологічну й соціофункціональну сфери життя окремого представника суспільства, погіршує умови життя.	Стосується однієї зі сфер життя суспільства в цілому, порушує баланс.
Зачіпає сфери життя суспільства, порушений баланс в яких призводить до погіршення умов життя конкретного представника суспільства.	Зачіпає будь-які сфери існування суспільства без конкретизації.

Соціальна проблема стосується конкретної людини нужденної, її ролі в суспільстві й можливості взаємодії з іншими суб'єктами. Проблемна сфера життя суспільства порушує баланс умов життя конкретного представника суспільства й нівелює можливість взаємодії з іншими суб'єктами або бажання здійснювати цю взаємодію.

Суспільна проблема стосується відразу всіх представників суспільства. Вона порушує баланс



сфер суспільного існування, що порушує умови життя всіх представників суспільства.

Соціальна журналістика має відображати соціальні проблеми, які завжди являють собою суспільні проблеми. Відмінність полягає в тому, що суспільні проблеми мають висвітлювати українські медіа.

Принципову різницю цих понять можна пояснити за допомогою тлумачення слів. Для соціальної журналістики відображення соціальної проблеми – це її висвітлення, демонстрування й дескриптивний аналіз проекції цієї проблеми.

Утім, якщо при аналізі матеріалу виявляється, що суспільна проблема не є соціальною, такий медіапродукт можна зарахувати до суспільної журналістики, що має стати об'єктом іншого дослідження.

К. Шендеровський визначив такі передумови [2], що дають змогу виокремити соціальну журналістику:

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

Аргентинська журналістка і дослідниця Алісія Ситринблум визначає соціальну журналістику як журналістику, яка усвідомлює свою відповідальність у соціальних процесах, що відображає через свою роль у соціальній еволюції, і непокоїться пошуками рішень [3; 4]. Дослідниця також впевнена, що однією з головних цілей соціальної журналістики є налаштування ефективного соціального діалогу.

В. Олешко виділяє три тенденції розвитку російських соціумів (спільнот), які включають у себе інформаційні спільноти:

- зміни в технологіях виробництва й поширення масової інформації;
- сучасна інформаційна діяльність робить професію журналіста більш відкритою;
- зміни в суспільній поведінці, зумовлені розвитком новітніх інформаційних технологій [5].

Соціальну журналістику за багатьма джерелами можна поділити на журналістику, яка відображає всі питання, що стосуються суспільства й процесів у ньому, і на журналістику громадську, тобто не професійну, журналістику нових медіа.

З огляду на те, що соціальна журналістика має відображати інформацію про соціальні проблеми, можна сформулювати таке визначення: соціальна журналістика – це окремий тематичний спеціалізований вид журналістики, що відображає актуальний стан, позитивні вирішення та перспективу соціальних проблем, які завжди тотожні суспільним проблемам.

Соціальна журналістика має містити компонент співучасті журналіста, без якої не зможе існувати.

Соціальний журналіст не є професійним, якщо його медіапродукт не є результатом суб'єктно-суб'єктної взаємодії з конкретно людиною нужденною.

Основною проблемою появи неякісних матеріалів про соціальні проблеми є знівельований рівень суб'єктно-суб'єктної комунікації та взаємодії (співучасті). У результаті цього соціальна проблема стає висвітлюваною соціальним журналістом і втрачає можливу результативність.

Оскільки соціальна журналістика – це журналістика, що усвідомлює свою відповідальність, можемо виокремити у цій відповідальності такі рівні:

- відповідальність за медіапродукт перед собою;
- відповідальність за медіапродукт перед аудиторією;
- відповідальність за результати і наслідки медіапродукту.

Всі рівні відповідальності є значущими. Перший характеризує межі дозволеного й можливого для журналіста. Це означає, що журналіст може виходити за межі дозволеного відображення соціальної проблеми зі свідомим порушенням журналістських стандартів.

Відповідальність за медіапродукт перед аудиторією – це межі дозволеного й можливого сприйняття інформації про соціальну проблему й збереження цих меж журналістом.

Відповідальність за результати і наслідки полягає в розумінні журналістом можливих результатів відображення соціальної проблеми і його наслідків.

Відомо, що українська мова багата на синоніми. Тільки в ній для російського слова «любовь» знайдеться два слова, які по-різному виражатимуть ваше ставлення до людини або до об'єкта.

В англійській мові існує два визначення «civic» та «citizen» journalism. І перше, і друге слово в перекладі на українську означають «громадянський», але визначення відрізняються. Для визначення першого в дужках дається пояснення: «public journalism», тобто публічна, масова або суспільна. Професор університету Алабами Девід К. Перрі пояснює цей вид журналістики, як «спосіб відходу від переконання, що журналісти є спостерігачами у політичних та суспільних процесах». «Citizen journalism» – це громадські діячі (public citizens), які беруть активну участь у процесі збирання, викладу та аналізу інформації. Тобто у визначенні не бачимо слова «журналісти». Тут виникає питання професійності цієї гілки журналістики.

Громада – це групова соціальна спільнота, члени якої мають спільні географічні та соціокультурні ознаки (місце проживання, інтереси, віросповідання, цінності, національність тощо) та





взаємодіють між собою з метою задоволення певних потреб чи розв'язання проблем [6].

Громадянство – формально зафіксований правовий статус людини, зв'язок людини (фізичної особи) з певною державою, належність до цієї держави. Громадянство передбачає певну сукупність політичних, соціальних та інших прав та обов'язків [7].

Громадою можна (дуже широко) назвати всіх громадян України, оскільки вони проживають на спільній території і мають визначену національну належність. А якщо подумати й згадати, що до так званої української громади належать представники інших націй, чи зможе тоді така журналістика вважатися громадянською? Якщо іноземець веде власний блог і пише про те, як він зустрів нахабну людину десь у центрі українського міста, чи буде це вважатися громадянською журналістикою?

Можливо, варто в цьому випадку виокремити громадянську та суспільну журналістику (те, що в Росії називалося б «общественной»), адже перша має бути більш-менш професійною, хоча б у одній зі сфер суспільного життя (адже на чомусь людина має спеціалізуватися), з чітко виявленою позицією в політиці країни, дотримуватися хоча б якихось журналістських стандартів як професійних, так і етичних. А суспільна журналістика має більше сприйматися як «людям про людей людською (простою) мовою».

Якщо звернутися до іспанського визначення, то в ньому бачимо: громадяни (не медіакомпанії), які збирають, аналізують та поширюють інформацію в довільній формі.

Ще маємо цікаве слово «guerrilla», що в дослівному перекладі з англійської означає «партизанська» журналістика й ототожнюється з журналістикою громадянською. І тут виникає невелика проблема. В іспанській мові слово «guerra» означає війну. Чому це проблема? Тому що існує також воєнна журналістика, яка має свою специфіку. Може виникнути плутанина лише на асоціаціях. Громадянська журналістика – громадянська війна, тобто громадянська журналістика – це журналістика воєнна. Дуже багато різних слів скинули докупи та зіставили без порівняння, ототожнили все, що тільки було можливо. Знову-таки «партизанська» може бути пояснена як підпільна, опозиційна. А опозиційна має протистояти владній системі.

У контексті соціальної журналістики маємо вживати словосполучення «громадська журналістика».

У статті також використовуються кілька визначень із певною метою:

– реципієнт – відтінок конкретизації, представник суспільства, герой соціальної історії або частина аудиторії;

– аудиторія – відтінок узагальнення, загального сприйняття соціальної проблеми, сукупність окремих сприйняття;

– медіапродукт: використано замість медіаматеріал, оскільки матеріал – вузьке поняття й зазвичай означає складову частину продукту;

– медіаматеріал: використано для назви посту в соціальній мережі, оскільки окремий пост є матеріалом – частиною медіапродукту;

– громадський журналіст – журналіст, що працює в галузі громадської, тобто непрофесійної журналістики;

– відображення – використовується замість висвітлення, соціальна журналістика виступає творцем інформаційної вітрини соціальних проблем.

Основний сенс вживання загальноприйнятих понять у новому контексті полягає в тому, що соціальна журналістика має свої особливості в кожному понятті. Ці особливості мають бути сформульовані науковцями.

Висновки. Соціальне та суспільне в соціальній журналістиці не є тотожними поняттями. Визначення соціальної журналістики дуже часто отожднюється з суспільною журналістикою, але соціальна журналістиканестосується відображення всіх сфер існування суспільства.

Соціальна журналістика має відображати сутність соціальних проблем на момент виготовлення медіапродукту, позитивні приклади вирішення соціальних проблем тощо.

Соціальна проблема завжди є суспільною, але суспільна проблема не завжди є соціальною.

У соціальній журналістиці треба бути обережними з використовуваними поняттями. Тому майже всі поняття потребують заміни або переосмислення.

Соціальна журналістика не може існувати без концепту співучасті. Без соціальної журналістики, якою її розуміють в Україні, в сучасному суспільстві вирішення соціальних проблем унеможлиблюється через брак правдивої та компетентної інформації. Процес відокремлення соціальної журналістики в окрему практику триває досі. Незначна кількість медіа продукують якісні матеріали на соціальну тематику.

Треба пам'ятати, що для журналістики соціальних мереж співучасть є результатом, а для соціальної журналістики – механізмом. Можна розглядати співучасть у соціальній журналістиці з кількох позицій:

1. Як одна з передумов видового та жанрового різноманіття в комунікаційних процесах.

2. Соціальна журналістика як співучасть – тобто взаємодія щонайменше двох суб'єктів з метою вирішення вузької соціальної проблеми, а також спонукання аудиторії до безпосередньої участі у вирішенні цієї проблеми.





3. Співучасть у соціальній журналістиці як формант прагматичних завдань допомоги реальним людям.

Таким чином, соціальна журналістика в Україні розвивається в напрямі, протилежному світовому. Цей напрям базується на підтримці якості та досягненні результатів шляхом використання співучасті як механізму. Результатами української соціальної журналістики може бути відображення, запобігання соціальній проблемі, вирішення соціальної проблеми та підтримка вразливих груп населення.

Подяки. Хочу подякувати Інституту журналістики та К. Шендеровському за залучення мене до роботи над визначенням та розвитком соціальної журналістики в Україні. Також висловлюю подяку науковому керівникові Д. Олтаржевському за його поради та допомогу в редагуванні текстів.

Список літератури

1. Новіков В. Імперативи розвитку ефективного соціального партнерства / В. Новіков // Бюлетень Національної служби посередництва і примирення. – 2005. – № 3. – С. 36–42.
2. 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.
3. *Periodismo Social*. Quí es el periodismo social [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.periodismosocial.org.ar (Дата звернення : 17.02.2015). – Назва з екрана.
4. *Suite 101*, Colaboraciones y Contenidos de Calidad. Periodismo social, otra forma de ver la realidad [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.medioscomunicacion.suite101.net/article.cfm/periodismo-socialotra-forma-de-ver-la-realidad (Дата звернення : 17.02.2015). – Назва з екрана.
5. Олешко В. Ф. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху?.. [Електронний ресурс] / В. Ф. Олешко // Вестник Челябинского государственного университета / CYBERLENINKA / Научные статьи / Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации (СМИ). – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-zhurnalistika-kakoy-ona-dolzha-byt-v-informatsionnuu-epohu> (Дата звернення : 19.02.2015). – Назва з екрана.

zhurnalistika-kakoy-ona-dolzha-byt-v-informatsionnuu-epohu (Дата звернення : 19.02.2015). – Назва з екрана.

6. *Громада* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ebooktime.net/book_157_glava_53_%D0%9F%D0%BE%D1%8F%D1%81%D0%BD%D1%94%D0%BD%D0%BD%D1%8F.html (Дата звернення : 06.02.2015). – Назва з екрана.

7. *Громадянство* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%8F%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE> (Дата звернення : 06.02.2015). – Назва з екрана.

Reference

1. Novikov, V. (2005), "The imperatives of development of efficient social partnership", *Biuletén Natsionalnoi Sluzhby Poserednytstva i Prymyrennia* [Bulletin of National Service of Mediation and Reconciliation], vol. 3, pp. 36–42.
2. Shenderovskiy, K. (2011), "The preconditions for social competence of media workers", *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky: Naukovi Zbirnyk* [Scientific Notes of Institute of Journalism : a Collection of Scientific Papers], vol.3, pp. 89–95.
3. "Periodismo Social. Quí es el periodismo social", available at: www.periodismosocial.org.ar (accessed 17 February 2015).
4. "Suite 101, Colaboraciones y Contenidos de Calidad. Periodismo social, otra forma de ver la realidad", available at: www.medioscomunicacion.suite101.net/article.cfm/periodismo-socialotra-forma-de-ver-la-realidad (accessed 17 February 2015).
5. Oleshko, V. F. (2012), "Social journalism: What it should be like at the age of information?", *Vestnik Cheljabinskogo Gosudarstvennogo Universiteta* [Herald of Cheljabinsk State University], vol. 5 (259), pp. 113–117, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-zhurnalistika-kakoy-ona-dolzha-byt-v-informatsionnuu-epohu> (accessed 19 February 2015).
6. *Ebook Time*, "Community", available at: http://ebooktime.net/book_157_glava_53_%D0%9F%D0%BE%D1%8F%D1%81%D0%BD%D1%94%D0%BD%D0%BD%D1%8F.html (accessed 06 February 2015).
7. *Wikipedia*, "Citizenship", available at: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%8F%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE> (accessed 06 February 2015).

Соколова К. А.

Понятие «социального» в современной журналистике: социальная журналистика

Целью данной статьи является дать характеристику компонента «социального» в современной журналистике, степень и пути его выражения, которые позволяют формировать социальную журналистику; дать определение социальной журналистики.

Методы исследования. Для проведения исследования использован метод анализа литературы о социальной журналистике в разных странах. Именно благодаря анализу стало возможным классифицировать понятие социальной журналистики и сформировать определенную модель и основные понятия социальной журналистики для Украины.

Результаты и выводы. Социальная журналистика как отдельная практика только начинает формироваться. Ученые еще не выработали четких схем анализа медиaproдуктов на социальную тематику. В частности, украинские и зарубежные исследователи в большинстве не разделяют понятия социальной журналистики и журналистики социальных сетей, что затрудняет процесс определения основных характеристик социальной журналистики. В статье проанализированы понятия «социальной журналистики» в разных языках, включая английский, испанский, украинский и русский. Для анализа использованы материалы открытых англоязычных источников, работы российских, украинских и испанских исследователей в области журналистики. В исследовании применены методы моделирования, анализа, синтеза и обобщения. Рассмотрены





характеристики социальной журналистики как отдельной практики. Соучастие объясняется как ключевой элемент социальной журналистики.

Социальная журналистика не может существовать без концепта соучастия. Без социальной журналистики, какой ее понимают в Украине, в современном обществе решения социальных проблем исключается из-за отсутствия правдивой и компетентной информации. Процесс отделения социальной журналистики в отдельную практику продолжается. Незначительное количество медиа производят качественные материалы на социальную тематику.

Ключевые слова: социальное; журналистика; соучастие.

