

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Центр заочної, дистанційної і вечірньої форм навчання

Кафедра журналістики та філології

**СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА В ЗМІ:
ДОБІРКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ**
Social problems in the media: selection of journalistic materials

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Журналістика»,
групи ЖТдн – 72 р

Свічкарь Юлії Олексіївни

Науковий керівник:

Сидоренко Ольга Павлівна,

кандидат педагогічних наук, доцент

Суми 2021

Свічкарь Ю.О. Соціальна проблематика в ЗМІ: добірка журналістських матеріалів [Текст] : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра; спец.: 061 Журналістика / Ю. О. Свічкарь; наук. керівник О. П. Сидоренко. – Суми: СумДУ, 2021. – 35 с.

Робота має творчий характер. Автор з урахуванням аналізу медіаринку пропонує добірку журналістських, у яких порушуються соціальні проблеми суспільства. Основною метою кваліфікаційної роботи є створення добірки журналістських матеріалів соціальної проблематики.

Ключові слова: соціальна проблема, проблематика ЗМІ, типи соціальних проблем.

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	4
ВСТУП.....	4
1. Теоретичні основи підготовки журналістських матеріалів із соціальної проблематики	7
2. Обґрунтування інформаційного продукту на основі аналізу інформаційного ринку	13
3. Специфікація інформаційного продукту.....	17
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	19
II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ.....	21
ВИСНОВКИ.....	34

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ВСТУП

Український інформаційний простір характеризується активним розвитком засобів масової інформації, орієнтованих на конкретного соціального адресата або конкретну проблему. На сучасному етапі функціонування засобів масової комунікації соціальна журналістика є однією з основних складових суспільного медіа-простору, зокрема його проблемно-тематичного поля.

В останні роки соціальна журналістика має справу із дедалі важливішим сектором, який склався як особливий напрямок, що відрізняється за тематичною структурою. І це не випадково. Конституція нашої держави визначає Україну як соціальну державу, політика якої спрямована на створення умов, що забезпечують гідне життя та вільний розвиток людини, і проголошує людину, її права та свободи найвищою цінністю.

Соціальні проблеми відіграють ключову роль у житті суспільства, багато в чому вони визначають і структурують політичний спектр і часто є головною ідеологічною зброєю політичних партій, зорієнтованих на населення. Це об'єктивно визначає зростаючу роль соціальної журналістики, спрямованої не лише на інформування громадян про соціальну політику установ, про нагальні соціальні проблеми, а й на організацію дискусій з найважливіших питань, забезпечення діалогу між інституціями та суспільством. У сучасному світі соціальна журналістика стає все більш актуальною і є не лише пріоритетною основою для засобів масової інформації, що спеціалізуються на соціальній журналістиці, а й важливою частиною редакційної політики для ЗМІ загалом.

Практичним аспектам організації творчої діяльності журналістів щодо висвітлення соціальних проблем у медіа присвячено низку праць із журналістикознавства. Це праці М. Балаклицького, І. Белінської, С. Демченка, В. Слінчук, М. Толстунової, К. Шендеровського, М. Ющенко та інших. Огляд

їх праць дозволяє говорити про те, що розвідки цих науковців стосуються як окремих аспектів соціальної тематики, зокрема і на матеріалі регіональних газет, так і загальних особливостей відображення життя соціуму в ЗМІ. І якщо сьогодні вчені детально вивчають практичну сторону творчої діяльності журналіста, який займається соціальною журналістикою, то теоретична основа перебуває на стадії розроблення, а тому можемо спостерігати різні підходи до вивчення цього соціального феномену. Наприклад, К. Соколова здійснила спробу класифікувати медіапродукти із соціальної тематики та розробити структурну модель соціальної журналістики в Україні. Трансформацію соціального контенту журналістики на прикладі національних телеканалів України досліджувала Х. Гурчіані. Соціальну журналістику як атрибут соціальної політики розглядала О. В. Лаврик. Медіа-імідж соціальної проблеми розглядала Л. Климаська. Питанням висвітлення соціальних проблем у ЗМІ присвячено наукові розвідки О. Садовнікової.

Актуальність нашої роботи визначається тим, що Україна сьогодні у реалізації завдань своєї соціальної політики обрала за пріоритет європейський спектр розвитку, а тому постала потреба докорінно перебудувати стосунки влади і соціуму, вивести соціальну сферу на якісно новий рівень функціонування. Соціальна журналістика посилює участь журналістів у розв'язанні соціальних проблем, дозволяє привернути увагу суспільства до проблем як окремої людини, так і спільноти в цілому, дає громадянам певні установки щодо їх розв'язання.

Мета кваліфікаційної роботи – створити добірку журналістських матеріалів соціальної проблематики.

Для досягнення визначеної мети необхідно було виконати такі **завдання**:

- розглянути теоретичні засади підготовки журналістських матеріалів із соціальної проблематики;
- обґрунтувати доцільність підготовки журналістських матеріалів на соціально важливі теми на основі аналізу медіаринку;

- підготувати власний інформаційний продукт соціальної тематики;
- визначити специфікацію інформаційного продукту.

Структура роботи визначається вимогами до кваліфікаційних творчих робіт спеціальності 061 «Журналістика» освітнього ступеня «бакалавр» і складається із пояснювальної записки, інформаційного доробку та висновків. У пояснювальній записці зазначено актуальність роботи, її мета і завдання; наводиться аналіз медіаринку з позицій функціонування матеріалів соціальної тематики, розкривається специфікація авторського інформаційного продукту, а також подається список використаних у процесі виконання завдань роботи наукових джерел інформації. У висновках викладено головні результати роботи.

1. Теоретичні основи підготовки журналістських матеріалів із соціальної проблематики

Нині все важче людині зрозуміти постійно зростаючий потік інформації, а тому завдання журналістики полягають не лише в тому, щоб поінформувати спільноту, висвітлити ту чи іншу тему, або розважити, але й порушити актуальні і суспільно значущі теми, що мають особливе значення для людини. Вона таким чином допомагає жити та орієнтуватися у мінливому світі.

Журналістика традиційно охоплює кілька тематичних сфер: політичну, економічну, соціальну, культурну, спортивну тощо. Соціальні проблеми є і були завжди в кожному суспільстві. У різні історичні епохи розвитку людства вони трансформувалися відповідно до досягнутого рівня економічного розвитку, системи організації суспільства та пріоритетних у той чи інший час моральних цінностей. Поняття «соціальна проблема», як зауважив К. Шендеровський, сьогодні широко використовується як в соціально-гуманітарних науках, так і на сторінках газет і журналів, по радіо, телебаченню і навіть у повсякденній мові. На жаль, соціальним проблемам з кожним днем приділяється все менше уваги. Соціальна тема є однією з найактуальніших, яка є найближчою українському суспільству [13, с. 62].

Найбільш традиційним і широковживаним визначенням соціальної проблеми є потрактування запропоноване визнаними авторитетами в теорії соціальних проблем Е. Рубунгтоном і М. Вайнбергом. Вони розглядали соціальну проблему як ситуацію, яка не відповідає визнаним цінностям певної соціальної спільноти, і яка вимагає певних дій з метою змінити цю ситуацію [15, с. 4]. Специфіка соціальних проблем і складність у їх розумінні і журналістській подачі визначається тим, що вони не тільки є об'єктивно складними, але й допускають різноманітну інтерпретацію залежно від позиції дослідника і значущості в конкретній соціально-політичній чи соціально-

економічній ситуації та відповідно до наявної системи цінності в тому чи іншому суспільстві.

Соціальні проблеми зазвичай поділяють на такі групи [4]:

1) За джерелом походження: зумовлені внутрішніми рисами особистості або групи; результат політичних, культурних та економічних відносин у суспільстві; спричинені явищами випадкового або регулярного характеру, включаючи природні та техногенні катастрофи.

2) За ступенем охоплення: локальні, які впливають на життєдіяльність (або окремі її аспекти) індивіда чи соціальної групи; інституційні, що виникають на рівні соціальних інститутів; системні, що вимагають структурних перетворень соціальної системи в цілому; глобальні - проблеми, що зачіпають фундаментальні інтереси всього людства і вимагають узгоджених міжнародних дій у рамках світового співтовариства для їх вирішення.

3) За рівнем, характером та сферою відносин: політичні; економічні; духовно-моральні; соціально-культурні проблеми; сімейні та міжособистісні; релігійно-конфесійні; професійні тощо.

4) За часом існування: короткотермінові; довгострокові; ситуативні; постійні.

ЗМІ, повідомляючи про певні соціальні події, допомагають нашому суспільству зрозуміти соціальні процеси. Часто, коли влада відмовляє народу в певних соціальних питаннях, він звертається до журналістів, таким чином, намагаючись вирішити проблеми, привернути увагу, залучити до дій. ЗМІ в цьому плані виконує роль «допоміжної палички», яка привертає до себе увагу значних мас населення. Саме життя покликало засоби масової інформації стати на стороні інтересів кожної людини. Особливо важливо відстоювати ці інтереси у перехідний період, коли нелегкі процеси утвердження ринкових трансформацій справляють величезний вплив не лише на соціальні почуття груп населення, але й позначаються на долі кожної людини.

Дотепер між теоретиками та практиками журналістики існували розбіжності у поглядах щодо поняття «соціальна журналістика». Соціальні

проблеми журналістики формально включають охорону здоров'я, освіту, культуру, соціальне забезпечення, житлово-комунальне господарство та деякі інші сфери життя. Такий підхід до визначення актуальності того чи іншого питання залежить від того наскільки та чи інша подія, яка, наприклад, відповідно до формальних критеріїв стосується політичної чи економічної теми, може вплинути на соціальне благополуччя суспільства. Це означає, що будь-яка вузькоспеціалізована тема охоплює всю соціальну сферу, що розуміється як спосіб спільних дій або спосіб організації міжособистісних стосунків, для опису загальних взаємин між людьми. У такому контексті найбільш загальним є таке визначення соціальної журналістики: «це всі публікації на соціальні тематики, які створюють певний фон інформації, що сприяє поліпшенню або погіршенню соціальної ситуації» [2, с. 8-9].

I. Дзялошинський у своєму визначенні соціальної журналістики наголошує на тому, що ця сфера "відрізняється від усієї іншої" журналістики тим, що не лише відбиває реальність, інформує споживачів інформації про поточні явища і факти та забезпечує змогу обмінюватися поглядами з різноманітних приводів, а й робить особливий внесок у регулювання взаємовідносин між людьми та соціальних спільнот, намагаючись вплинути позитивно як на власне такі відносини, так і на соціальні структури, що відповідають за різні сферами суспільного життя» [3, с. 16]. Тобто можна сказати, що позитивний вплив на реальність, вирішення конфліктів є однією з цілей та основних особливостей соціальної журналістики загалом: не тільки виявлення проблеми, а й найефективніше її розв'язання.

Поняття соціальної журналістики включає також таке явище, як "соціальна перспектива". Це техніка, яка дозволяє, по-перше, привернути увагу аудиторії до соціальних проблем, активізувати громадянський статус людей і, по-друге, врахувати соціальні аспекти політичних, економічних та культурних питань. «Соціальність як перспектива – це погляд на будь-яку проблему «від маленької людини». Насправді будь-яка тема, подана з точки зору «звичайної» людини, може стати соціальною» [2, с. 18].

Тому можна сказати, що соціальна журналістика – це журналістика у сфері соціальних відносин, яка має безпосередній вплив на життя суспільства, вимагає високого ступеня соціальної відповідальності у своїй роботі, а її кінцевою метою є сприяння позитивним змінам у суспільстві.

Для соціальної журналістики властива функціональна специфіка, оскільки вона орієнтована не лише на інформування та висловлення громадської думки, а й на безпосередню участь у реальному житті.

У журналістській практиці існує три професійні підходи до подання соціальної інформації. Перший варіант роботи журналіста з подією пов'язаний з ідеєю впливу на громадську думку, а це означає, що автор визначає себе як більш обізнану та досвідчену людину і, відповідно, ставить себе вище за свою аудиторію. Другий підхід пов'язаний з поняттям "людської зацікавленості", коли журналіст передає певні факти та враження, залишаючись осторонь від подій. І третій варіант передбачає більшу включеність автора в подію в тому випадку, коли він захищає інтереси своєї аудиторії. Такий підхід називається співпрацею і пов'язаний з теорією "малих справ" [3]. Однак існує небезпека, що журналісти намагатимуться замінити соціальні служби. Тому необхідно пам'ятати про одну з головних функцій засобів масової інформації – «синхронізувати інформаційний образ існування великих груп населення, забезпечуючи більш-менш однакове розуміння поточних подій та здатність ухвалювати ефективні рішення в нестандартній ситуації» [2, с. 37]. На практиці це означає, що журналісти щодня повинні визначати, який конкретний підхід та спосіб роботи буде більш ефективним та доречним у конкретній ситуації.

Журналісту, який працює у соціальній галузі, важливо пов'язати проблему, яку він вивчає, та героїв матеріалів. Журналісти соціальної спеціалізації - це, як правило, ті, хто намагається досконально зрозуміти тему і готові спілкуватися з аудиторією. Складність полягає також у тому, що якщо джерела та одержувачі інформації для політичного та економічного кореспондента все ще відносно незалежні одне від одного, то у випадку з

спеціалістом із соціальної тематики аудиторія є як постачальником інформації, так і її споживачем.

За стилем роботи з інформацією журналістів, які займаються соціальними проблемами, можна розділити на три умовні групи:

1. Журналісти, які дотримуються принципів «західної журналістики». Вони воліють інформувати суспільство про існування соціальних проблем та шляхи їх розв'язання та сприяти підвищенню ефективності, але лише в межах можливостей самої журналістики, заперечуючи підміну соціальних послуг, тобто їхньою метою є соціальний контроль.

2. «Соціальний працівник». Ці журналісти віддають перевагу функції надання допомоги конкретній людині з акцентом на якомога більшу адресність та конкретність.

3. "Громадський захисник прав". Ця ідеологія закликає працівників засобів масової інформації розв'язувати соціальні проблеми на рівні суспільства, формувати громадянську обізнаність та соціальну відповідальність [5, с. 37–47].

Традиційно аудиторія віддає перевагу найбільш прагматичним першим двом ідеологіям, які мають максимальну практичну корисність і застосовність. Для журналістів вибір конкретної стратегії зумовлений низкою факторів, включаючи редакційну політику та власні моральні принципи та підхід до теми.

Основним предметом соціальної журналістики є роздуми про соціальні проблеми суспільства та забезпечення діалогу між різними соціальними групами, поєднання різних позицій та думок в одному інформаційному просторі з метою забезпечення соціальної справедливості, стабільності та процвітання суспільства. Водночас соціальна журналістика вважає людину найвищою цінністю і самою по собі метою соціального розвитку.

Соціальна журналістика реалізує низку функцій, властивих для журналістики загалом і зокрема. Основною із них є комунікаційна функція, що забезпечує інформаційну взаємодію між суб'єктами соціальної реальності. Це характерно для всіх засобів масової інформації, включаючи і соціальну

журналістику зокрема. Функція інформування про стан соціальної сфери та соціальні проблеми суспільства, організація громадського діалогу, функція адаптації, яка допомагає зорієнтуватися у мінливому світі та прийняти нові життєві стратегії. У соціальній журналістиці особливого значення набувають практичні функції, орієнтовані на її реальну участь через соціальні проекти в житті конкретної людини.

Специфікою соціальної журналістики є спрямованість на людину, її реальні проблеми, захист її прав та самореалізацію як активної, творчої особистості. Тому головну інтегративну функцію соціальної журналістики називають гуманістичною функцією. Гуманістична функція соціальної журналістики реалізується через її практичну функцію та функцію безпосередньої участі. Соціальна журналістика активно «втручається» в життя, певним чином бере участь у регулюванні суспільних відносин, впливає на них, у соціальних інститутах. У такому випадку йдеться про безпосередню організаційну функцію журналістики. Потрібно зауважити, що соціальна журналістика також характеризується спрямованістю на конкретну допомогу певному суб'єктові, тому соціальна журналістика отримала назву «журналістики участі». Формула «журналістики участі» відбиває бажання журналістів зробити її більш ефективною та ефективно брати участь у житті громад та окремих людей.

2. Обґрунтування інформаційного продукту на основі аналізу інформаційного ринку

Регіональні ЗМІ традиційно вважаються "більш людськими", ніж федеральні. Регіональні ЗМІ знайомі з усім спектром місцевих питань, з перших вуст знають, з якими проблемами стикаються люди, і часто бачать своїх репортерів поза увагою, оскільки журналіст чи редактор часто живе зі своїми героями на одній вулиці. Тому подвійно цікаво спостерігати, як регіональні ЗМІ, представлені у медіа-просторі, працюють із соціальними проблемами регіону.

Для аналізу ми обрали Сумську суспільно-ділову газету (щотижневик) «Ваш шанс», яка вже 29 років працює і розвивається на ринку ЗМІ Сумської області. За словами самої редакції щотижневика, це найбільш рейтингове, найбільше за обсягом та авторитетне видання Сумської області, що підтверджується моніторингом, проведеним відомими міжнародними компаніями (TNS Україна, Інститут рейтингових досліджень, Європейська бізнес-асамблея (Оксфорд, Великобританія) та ін.).

Загальний тираж видання 72500 примірників. Газету "Ваш шанс" визнано абсолютним лідером серед друкованих ЗМІ з рейтингом 64,0%, на другому місці «Панорама» – 32,7%, далі за рейтингом розташувалися інші видання Сумщини.

Аудиторія щотижневика "Ваш шанс" досить широка. Її контент є цікавим для всіх категорій читачів: підприємців, керівників державних установ, чиновників, представників державного сектору, робітників, пенсіонерів, студентів. Газета гармонійно поєднує теми та рубрики, які їх цікавлять. Крім того, це видання давно й серйозно представлене в Інтернеті (Інтернет: www.shans.com.ua), її сайт користується попитом має високу оцінку в потужних пошукових системах.

Матеріали аналізованого видання різноманітні і охоплюють широкий тематичний спектр, щоб задовольнити інформаційні потреби своєї аудиторії.

Усі матеріали об'єднано в такі рубрики:

- 1) Новини
- 2) Наше місто
- 3) Соціум
- 4) Феміда
- 5) У справі
- 6) Культура
- 7) Здоров'я
- 8) Спорт
- 9) Конфлікт
- 10) Гумор.

Соціальна тематика, відповідно до змісту поняття «соціальна проблема», яке ми проаналізували у попередньому параграфі, може бути представлена у будь-якій із цих рубрик, оскільки в кожній із них предметом розгляду є людина із її проблемами, проте для визначення найбільш популярних соціальних тем ми обмежимося лише рубрикою «Соціум», щоб визначити, як редакція щотижневика бачить цей тематичний спектр. У середньому у цій рубриці публікується 13 матеріалів на 1 номер.

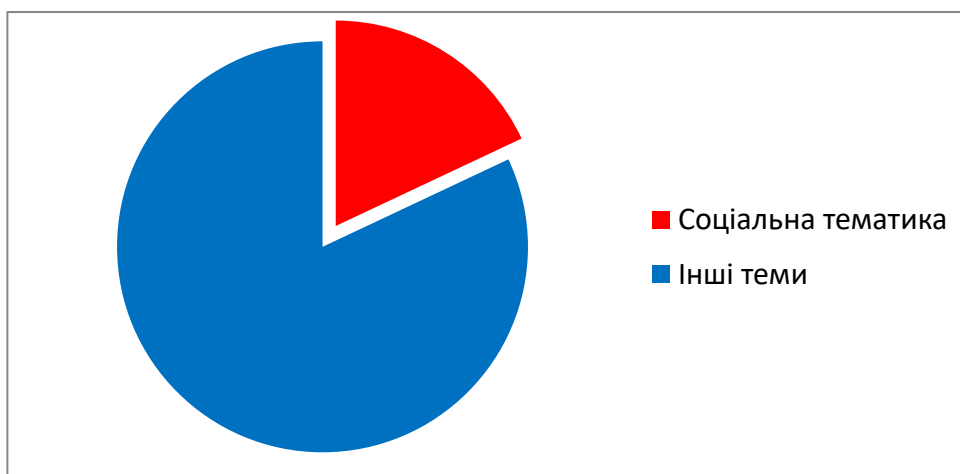


Рис. 1. Місце соціальної тематики в газеті «Ваш шанс»

Частка матеріалів цієї рубрики у загальній кількості матеріалів становить 18%, що вказує на те, що редакція приділяє достатньо уваги соціальним проблемам, якщо врахувати, що соціальні питання порушують й у інших рубриках.

Аналізу підлягали матеріали, які були оприлюднені протягом березня 2021 року. Усі матеріали за тематичним принципом об'єднали у такі групи:

1) Освіта: Бібліотеці підшукають інше приміщення. Чому в 30-й школі через два роки як і раніше не вистачає місця для дітей (№13, 31.03.21); «Школам не дали мільйону на харчоблоки» (№13, 31.03.2021); У Сумах можна побачити «Казки з «Валізи»! (№12, 24.03.2021); Сумські школярі хочуть за допомогою міста розвивати свої навчальні заклади (№10, 10.03.2021)

2) Захист прав споживачів: Прострочена шинка за акцією? Куди звертатися покупцеві, якщо товар виявився несвіжим? (№13, 31.03.2021); Верифікація все покаже ... (№12, 24.03.2021);

3) Медицина і охорона здоров'я: Червона зона в Сумах. Що заборонили? (№13, 31.03.2021); 4-й міськклікарні не вистачає кисню (№13, 31.03.2021); Апарати ШВЛ – учорашній день? (№13, 31.03.2021); Туберкульоз: хворі повністю забезпечені (№13, 31.03.2021); Ковідний пацієнт - на хірургічному столі (№13, 31.03.2021); Знайшли слабку ланку і покарали? (№13, 31.03.2021); Онкодиспансер: уточнення планів (№12, 24.03.2021); Підступний вірус: як із ним боротися (№12, 24.03.2021); Сюрприз з «відремонтованою головою» (№12, 24.03.2021); Вакцинація: до 400 осіб на день (№12, 24.03.2021); Захиститися від тяжкого перебігу хвороби (№12, 24.03.2021); Кількість ковідних госпіталізацій в Сумах б'є рекорди (№12, 24.03.2021); Неврологія: внутрішні роботи вже на фініші (№11, 17.03.2021); Особистий приклад: підтягнути вакцинацію (№11, 17.03.2021); У Сумах готуються до можливого погіршення ситуації з COVID-19 (№11, 17.03.2021); COVID-19: на щеплення ставай! (№9, 03.03.2021); Підстанція швидкої – в очікуванні ремонту (№10, 10.03.2021);

4) Безпека на вулицях міста: Простий хлопець або загадковий супермен? (№13, 31.03.2021); Малюк впав у відкритий колодязь (№9, 03.03.2021)

5) Пільгові категорії: Ми вимагаємо гарантованих державою пільг (№12, 24.03.2021); Краще б виділили землю під школу! (№11, 17.03.2021); Зрячі - сліпим, сліпі – зрячим (№9, 03.03.2021); Допомога на лікування - грошей немає? (№9, 03.03.2021);

6) Сервіс і послуги: Знайду місце - і висаджу!» (№12, 24.03.2021); Скільки у нас водного транспорту? (№12, 24.03.2021); Чи потрібні урочисті одруження? (№12, 24.03.2021); У Сумах планують навчати крафтових технологій (№12, 24.03.2021); «Шляхрембуд»: операція «Стоп фейк!» (№10, 10.03.2021)

7) Суїцид: Небезпечні ігри зі смертю (№9, 03.03.2021);

8) Соціальна підтримка: У Сумах хочуть створити центр соцпідтримки дітей і сімей (№10, 10.03.2021).

Можемо помітити, що серед матеріалів є певні тематичні пріоритети. Це медицина та охорона здоров'я, пільгові категорії, сервіс і послуги та освіта. Діаграма на рис. 2. Ілюструє співвідношення матеріалів за тематикою.



Рис. 2. Соціальні теми в газеті «Ваш шанс»

3. Специфікація інформаційного продукту

3.1. Структура

На основі результатів моніторингу ЗМІ, тематики матеріалів, які торкаються соціальних проблем нами були підготовлені різножанрові матеріали.

Проект складається із 6 друкованих матеріалів:

1. За соціальною допомогою - до ОТГ?
2. Шляхами безхатченків?
3. Крок до Європи
4. Вони теж герої
5. The Люди. Про реальне життя у Північній Кореї
6. Українській землі – дбайливого господаря, а громаді – надійного партнера».

Загальний обсяг матеріалів – 21 890 знаків, що становить 0,55 авторського друкованого аркуша.

3.2. Авторська ідея

Авторська ідея підготовленої нами добірки журналістських матеріалів визначається передусім змістом самого поняття «соціальна проблема», який розкрито у теоретичному розділі. Ми виходили з того, що соціальна проблема – це ситуація, яка не відповідає визнаним цінностям певної соціальної спільноти, і як наслідок чий потреби та інтереси вимагають задоволення, внаслідок чого утворюється соціальна задача, яка потребує. У виборі тем для творчого продукту користувалися загальною класифікацією соціальних проблем.

Авторська ідея матеріалу «За соціальною допомогою - до ОТГ?» – дати інформацію про ініціативу уряду "Соціальна громада" й роз'яснити читачам

про можливість отримання пільговими категоріями населення різноманітних виплат дистанційно.

У публікації «Шляхами безхатченків» порушено питання соціальної адаптації людей без певного місця проживання.

«Крок до Європи» - у цьому матеріалі мали на меті подати інформацію про відкриття Центру надання адміністративних послуг в рамках програми «U-LEAD з Європою».

Ідея матеріалу «Вони теж герої» – порушити питання соціальної захищеності вчителів, розкрити складні аспекти їхньої праці.

У матеріалі «The Люди. Про реальне життя у Північній Кореї» йдеться про випуск відеоролика на каналі YOUTUBE, у якому висвітлено соціальну нерівність різних верств населення у комуністичній країні з диктаторським режимом.

«Українській землі – дбайливого господаря, а громаді – надійного партнера» - це матеріал, у якому йдеться про виконання взятих на себе соціальних зобов'язань компанією «Курс-Агро», одним із векторів соціальної відповідальності якої на сьогодні стає боротьба із коронавірусною інфекцією, відновлення ФАПів та амбулаторій в межах ОТГ, а також підтримку спортивних ініціатив громад та інвестиції в розвиток місцевого аграрного бізнесу.

3.3. Специфікація аудиторії

Зміст наших матеріалів буде цікавим різноманітній віковій аудиторії, але перш за все вони зорієнтовані на молодих і старших людей, незалежно від соціального статусу і професії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балаклицький М. Соціальна проблематика у протестантських медіа України. Наукові записки інституту журналістики: наук. збірник /за ред. В. Різуна. К., 2008. Т. 33. С. 65–69.
2. Бережная М. А. Социальная тележурналистика. СПб., 2005. 215 с.
3. Дзялошинский И. Поле для профессионалов или поляна для дилетантов? // Социальная журналистика: профессия и позиция. М., 2005. С. 12-24.
4. Зарубина Ю. Н. Социальные проблемы современного общества. – Ярославль, 2018. 36 с.
5. Иванян Р. Г. Журналист социальной сферы: личностные и профессиональные характеристики // Журналистика и социология–2004 / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2005. С. 37-47.
6. Климанська Л. Медіа-імідж соціальної проблеми. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. Вип. 15. 650 с.
7. Новіков В. Імперативи розвитку ефективного соціального партнерства. Бюлетень Національної служби посередництва і примирення. 2005. № 3. С. 36–42.
8. Садовнікова О., Дмитренко А. Журналістський продукт в ефірі каналу ICTV: жанрово-тематичний аспект. Матеріали XI Міжнародної наук.-практ. конф. «Журналістська освіта на Сумщині: світові професійні стандарти». Суми, 2015. С. 81-84.
9. Садовнікова О., Серета К. Висвітлення подій АТО в новинних випусках програми «На часі» СОДТРК. Матеріали XI Міжнародної наук.-практ. конф. «Журналістська освіта на Сумщині: світові професійні стандарти». Суми, 2015. С. 84–88.
10. Сидоренко О., Будакова А. Політичні ток-шоу на українському телебаченні: жанрова своєрідність і проблемно-тематичний контент. XVI

Всеукраїнська науково-практична конференція "Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти" : тези доповідей. Суми : Сумський державний університет, 2020. С. 127-131.

11. Соколова К. О. Компонент «соціального» у сучасній журналістиці: соціальна журналістика. Наукові записки інституту журналістики, 2016. Т.3. С. 80-86.

12. Соколова К. О. Соціальна журналістика в Україні та світі: розуміння, суперечності, результати. Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова, А. Волобуєва]. К. : Інститут журналістики, 2016. С. 55-58.

13. Шендеровський К. Передумови соціальної компетентності медіапрацівників. Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. К., 2011. Т. 43. Квітень–червень. С. 89–95.

14. Шендеровський К. С. Медіакомунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша. К., 2012. 288 с.

15. Rubington E., Weinberg M. The Study of Social. Oxford University Press, New York. 1971. 219 p.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

За соціальною допомогою - до ОТГ?

Рік тому уряд вирішив, що соціальні виплати, включаючи субсидії та виплати, виплати при народженні дитини, малозабезпеченим сім'ям та інші послуги, повинні надаватися з максимальною зручністю в їх громаді, а люди не повинні їхати до регіонального центру для реєстрації.

З цією метою у 2019 році Міністерство соціальної політики протестувало програму "Соціальна громада" у 40 об'єднаних територіальних громадах. Це сучасне ІТ-рішення дозволяє отримувати документи на обробку платежів якомога ближче до людей. Все, що потрібно, – це працівник на робочому місці, комп'ютер та Інтернет. Отримувати документи від громадян і подавати їх для отримання певних виплат можуть відповідальні представники громад.

Документи надходять у цифровій формі (скануються або фотографуються), справа заявника формується та передається із громади через Інтернет до органів соціального захисту з метою призначення соціальної допомоги або компенсації структурам, що відповідають заяві. Цей алгоритм дій може скоротити час ухвалення рішення майже удвічі. Мешканці громади можуть замовити 67 послуг через пакет програм. Здається, все гаразд, лише ОТГ повинен мати звичайний комп'ютер, який може впоратися з цим ІТ-рішенням, і високошвидкісний Інтернет, який також ще не доступний у кожній ОТГ.

Уряд вирішив пришвидшити «загальну інформатизацію та інтеграцію до сучасних технологій» - із 1 січня місцеві управління соціального захисту припинять приймати громадян. До цього часу ОТГ повинна була організувати прийом документів від громадян з метою призначення державних виплат.

Заяви з необхідними документами повинні приймати уповноважені посадові особи виконавчого органу муніципальної ради громади та посадові особи центрального адміністративного управління, які протягом трьох робочих

днів подаватимуть їх до відповідного структурного управління соціального захисту населення. Є кілька інших способів подання заявниками документів - через офіційний веб-сайт Міністерства соціальної політики або заявку Дія. Структурні відділи органів облдержадміністрації приймають звернення громадян з документами лише в тому випадку, якщо вони надсилаються поштою.

З 1 березня граничний термін надсилання документів до виконавчого органу або КПАУ до відповідного структурного підрозділу з питань соціального захисту населення зменшиться загалом до одного дня, і з цього ж дня всі ОТГ повинні приєднатися до платформи соціальної спільноти та відповідно мати технічні навички та досвід. До цього року використання платформи для органів місцевого самоврядування було платним і коштувало 8,6 тис. грн. на рік для одного робочого місця, тепер використання програмного пакету безкоштовне.

На Сумщині проживає близько півмільйона людей, які отримують певні виплати з державного бюджету. В області діє 51 ОТГ, але лише 21 ОТГ долучилася до «Соціальної громади», 18 з них успішно працюють, решта мають бути підключені найближчим часом.

Шляхами безхатченків

Жителі села Сміле Роменського району занепокоєні «сусідством» з людьми без певного місця проживання.

На зборах Хмелівської громади 22 вересня 2019 року було вирішено виділити людям без певного місця проживання житло. Бо скоро прийде зима і вони почнуть ховатися в підвалах будинків, чим жителі точно будуть не задоволені, а “подіти вони їх нікуди не можуть”.

Неподалік від школи та дитячого садка в недобудованому гаражі знайшли собі прихисток “люди вулиці” і своїм аморальним способом життя лякають мешканців околиць, а найгірше дітей. Міліція всіляко ігнорувала заяви жителів, однак інтерес преси до цього питання змусив їх поворухнутися.

Дільничний Ігор Юрченко провів допит Тетяни, «мешканки» цього гаража. Яка говорить: «Більше нам жити немає де. Я заробляю на харчі здаванням пляшок, тож знімати помешкання не можу, занадто дорого. На роботу мене теж не беруть, бо я безпритульна».

Сам дільничний говорить: «Все одно це люди. Ми знаємо про це пристанище безхатченків. Патрулюємо та контролюємо їх, але закрити їх у в’язницю не маємо підстав. Якщо їх вигнати з цього гаража, вони знайдуть собі інше місце».

Було запропоновано на рівні району виділити таким людям житло. Бо скоро прийде зима і вони почнуть ховатися в підвалах будинків, чим жителі точно будуть не задоволені, а “подіти вони їх нікуди не можуть”.

Директор школи занепокоєна: «Я не знаю, що на думці у цих людей, поблизу завжди є маленькі діти. Я хвилююся за них. Прошу сільську раду якось вирішити цю проблему».

До цієї проблеми було звернено увагу народного депутата Максима Гузенка з проханнями віднайти вільну будівлю для заселення безхатченками: “На жаль, сьогодні багато таких людей, однак за допомогою громадських активістів, релігійних організацій, ми допоможемо безхаткам вирішити юридичні

проблеми, відновити документи, отримати медичну допомогу тощо. Але ми повинні, як територіальна громада, ще й забезпечити їх прихистком на час морозів. Відповідний будинок у нас є. Тому, ми зробимо все, що в наших силах для того, щоб допомогти людям, що залишилися без житла.”

Ми вирушили до цього, так званого будинку, який складається з двох кімнат: кухня, де вони сплять на підлозі та їдять, та прибиральня, що відчувається за «ароматами».

Це не поодинокі проблеми у нашому районі, майже у кожному селі є такі “люди вулиць”, які живуть у підвалах та покинутих домівках. Що ж, за зиму 2018 року у Роменському районі від переохолодження померло 7 осіб.

Засмальцьовані, зголоднілі, безхатні. Хтось із них втратив своє житло внаслідок гіпертрофованої довірливості, інші – через випадковість, а ще безхатченками стали ті, хто звільнився із місць позбавлення волі, які відбуваючи термін в ув’язненні, були виписані зі власної квартири родичами. Особливо поширеними є оборудки з квартирами літніх пенсіонерів, яких у різні способи змусили підписати документи про відмову від житла, а потім вже «законним» шляхом просто викинули на вулицю. Проте є й інша категорія безхатків. Це «професійні» волоцюги, які набули свого соціального стану серед подібних собі. Це «дикі людьми вулиць», вони об’єднуються, разом здобувають харчі, збирають пляшки, папір і метал на смітниках. Подекуди двірники дають заробити, інколи вони щось украдуть.

Є громадяни, які пропонують жорстоке вирішення цієї проблеми: “Залишити безхатків на вулиці у холоді і голоді.”

Однак це не є вирішенням проблеми. Зараз врятуєш «людей вулиць» в одному районі, а покращення можуть бути і в інших. Запам’ятайте, зміни починаються з малих.

Крок до Європи

Це була мрія і першочерговий план селищного голови Віталія Івановича Нестерка. Півтора року тому громада, яка тільки розпочинала свій шлях, взяла участь у четвертому раунді фази впровадження покращення надання адміністративних послуг європейських партнерів, програми «U-LEAD з Європою» і стала однією з п'яти відібраних громад Чернігівщини. Виконавши всі технічні умови, заклад вже готовий до роботи. Днями завезли техніку та встановили програмне забезпечення, а працівники пройшли відповідне навчання. Відтепер жителям громади не обов'язково їхати у Прилуки чи за тією чи іншою довідкою, адже понад сто видів послуг можна отримати безпосередньо у громаді.

Урочисте відкриття Центру розпочалося з колоритного виступу народного аматорського колективу «Журавка». Линовицький селищний голова Віталій Нестерко привітав із цією непересічною подією місцевих жителів і гостей свята, акцентувавши увагу на тому, що незабаром Центр надання адміністративних послуг перейде в інше приміщення.

- На сьогодні наш осередок - Линовицька селищна рада, - звернувся до присутніх Віталій Іванович, - перебуває у процесі будівництва. І коли ми взяли участь у цій програмі, сподівалися, що нам вдасться створити Центр у відремонтованому приміщенні. Але будівництво з незалежних від нас причин дещо затяглося і вже тоді, коли здавалося, що все було втрачено, керівництво цієї програми пішло нам назустріч і дозволило створити заклад у цьому приміщенні, де нині тимчасово розміщується селищна рада. Наразі тут все відповідає вимогам, які до нас ставилися: окрім просторої зали, облаштовано сучасний туалет, побутову кімнату й архівну. Завдяки суб'єктам господарювання, що працюють на території нашої громади, мінімальним коштом вдалося капітально відремонтувати приміщення та збудувати пандус для маломобільних груп населення. Чимало зусиль доклали й працівники сільської ради, які всіляко мене підтримували - вони активно включилися в

підготовку цієї програми та постійно брали участь у суботниках. А вже через два-три тижні ми підемо у власне приміщення, де наразі закінчуються роботи з облаштування навколишньої території.

Віталій Нестерко і справді робить все, щоб жителі Линовицької громади на собі відчули, що таке європейський рівень життя. Як приклад - розчищені від чагарників території, налагоджений вивіз сміття, відремонтована старовинна вежа, проведення вуличного освітлення, роботи у парку та багато іншого.

Теплими словами та хлібом-сіллю школярі Линовицької ЗОШ І-ІІІ ступенів зустрічали гостей - голову Прилуцької районної ради Олега Дмитренка, депутата Верховної Ради України Бориса Приходька, депутата обласної ради від «Радикальної партії Олега Ляшка» Сергія Крамаренка.

Селищний голова перерізав традиційну стрічку і вручив директорці ЦНАПу Любові Харченко символічний ключ.

Депутат Верховної Ради Борис Приходько переконаний, що керівник громади дивиться в бік розвитку і це не може не радувати.

- Мені приємно спостерігати, - звернувся до своїх виборців Борис Вікторович, - що ми з вами дивимося в одну сторону - в бік Європи. Вважаю, день відкриття Центру надання адміністративних послуг - це, без перебільшення, визначна подія для громади. Аби працівникам комфортно працювалося і відпочивало-ся, дарую закладу сучасний холодильник.

Голова Прилуцької районної ради Олег Дмитренко впевнений, що від ентузіазму людей залежить соціальний розвиток територій. Керівник району вручив керівниці новоствореного Центру Любові Харченко розкішний букет троянд.

- Приємно бути на подібних подіях, - сказав Олег Миколайович, - де у громаді щось відкривається. Радію з того, що перший крок для надання якісних послуг зроблено. Сподіваюся, жителі Линовицької ОТГ будуть задоволені роботою новоствореної установи.

Привітав линовичан із визначною подією і подарував Линовицькій амбулаторії пральну машину депутат Чернігівської обласної ради Сергій Крамаренко.

Отець Георгій освятив приміщення і сказав багато теплих слів на адресу сільського голови.

Наприкінці урочистостей Віталій Іванович вкотре подякував всім, хто допомагав у впровадженні такої важливої справи, та вручив грамоти активістам, керівникам місцевих виробничих підрозділів, які постійно підтримують та допомагають розвивати Линовицьку громаду.

Голова місцевої ветеранської організації Володимир Іванович Латуїль теж не приховує задоволення від змін, які впевнено перетворюють Линовицю в сучасний населений пункт, де не забувають і про сторичні віхи розвитку, бережуть пам'ять про видатних особистостей краю і відроджують історичні пам'ятки.

Для почесних гостей Віталій Нестерко провів ознайомчу екскурсію та показав приміщення, яке незабаром відкриється і куди переїде з тимчасового вже на постійне «місце проживання» Центр надання адміністративних послуг. Тут просторо, світло, сучасний ремонт, облаштовані побутові приміщення. До новосілля залишилося зовсім недовго. Віталій Нестерко також поділився найближчими планами, які обов'язково змінять обличчя древнього селища і зроблять Линовицьку громаду однією з найкомфортніших для життя.

Вони теж герої

Учитель ... Ця категорія, заслуговує на особливу увагу та повагу. Навчаючи та виховуючи покоління, він залишає в кожному зі своїх учнів частинку себе, ділячись самим собою та силою своєї душі ... І дивним чином вистачає на всіх. Більш того, вчитель від цього з роками стає все сильніше ...

Минули роки, як я випустилася зі школи, вийшла у великий світ. І ось парадокс – з кожним роком, я все виразніше згадую шкільне життя, з його невдачами та успіхами, захопленнями і перемогами. І звичайно, при будь-якій «подорожі в дитинство» перед очима постає незабутній образ вчителя.

Учитель – професія неоднозначна. Для одних кар'єра педагога є мрією, інші вважають цю роботу складною і невдячною. З юних років біля нас повсякчас наші педагоги. Вони пояснюють нам магію чисел і вчать рахувати, розкривають таємниці природи, ведуть у таємничий світ шедеврів культури. Наші вчителі прочинили для дверей у великий, сповнений труднощів і перемог прекрасний та непростий світ. Справжній вчитель вчить не тільки й не стільки наук, скільки навчає вчитися, самостійно відшукувати джерела знань, ухвалювати непрості рішення, виходити переможцем із скрутної ситуації. Вони пробуджують потяг до доброго, світлого. Саме такі вчителі залишаються нашими дороговказами надовго.

Як багато в житті людини залежить від того, хто буде її вчителем. Адже вони формують в маленькій людині вміння радіти і любити, сподіватися і вірити, бути повноцілним, безстрашним, терплячим і непідкупним, розумним і певним своїх сил.

Але якщо педагог – це така шляхетна професія, то чому ж із кожним роком збільшується потреба у вчителях? Адже після здобуття освіти на педагогічних спеціальностях усе менше молодих вчителів йдуть працювати в школи. А хто все ж влаштувався на роботу, через деякий час звільняються.

Найбільший страх ховається в тому, що в цій професійній дуже багато емоційних переживань, емоційних стресів. А ще неслухняні учні, постійні

реформи і трансформації в освітній системі, незадоволені батьки, потрібно постійно контролювати себе і володіти ситуацією в цілому. постійного контролю над ситуацією – все це веде до стресу.

Ще одним мінусом є низька оплата праці. Оскільки вчителі перебувають на державному забезпеченні, досить часто вони відчують на собі дефіцит бюджету. Особливо гостро ця проблема стоїть в закладах, які розташовані на території невеликих селищ і міст.

Коли я говорю про те, що хотіла б спробувати себе в ролі вчителя, то часто чую фрази від моїх «добрих знайомих»: «Діти? Так як ти їх терпіти будеш?», «Вчитель – невдячна професія», «Та кому взагалі потрібні вчителі?». Може, звісно нескромно говорити про те, що вчителі роблять велику і важливу справу. Але вони якраз колись навчили «добрих знайомих» розбиратися в суті речей і явищ, мати свою точку зору і вміти переконливо її відстоювати. І ось тепер ці знайомі думають про потрібність професії вчителя, зовсім забувши про те, що самі колись були учнями і, як це не банально звучить, навчилися успішно здобувати потрібні знання самостійно завдяки вчителям. Хочеться заперечити людям, які дотримуються точки зору, що вчителі – це люди-невдахи, які не зуміли краще реалізуватися в житті. Ні!

У професії вчителя є дещо безцінне – це любов та повага дітей. Немає більшої нагороди для вчителя, ніж відчувати гордість за своїх учнів і за їхні успіхи. Те тепло, ту енергію, яку дають учні – це більше, ніж вдячність, це безцінний дар.

Більшість вчителів – не випадкові люди. Їхня праця заснована на ентузіазмі, любові до дітей, бажанні передати свої знання. Поруч з дітьми, педагог завжди залишається молодим. Учень, йдучи у велике життя, забирає з собою частинку душі свого вчителя, його думки та почуття.

The Люди

Про реальне життя у Північній Кореї

18 квітня 2020 року на ютуб-каналі «The Люди» вийшов 3 випуск про життя у Північній Кореї. Відеоролик триває 35:37 хвилин, та розповідає про людей, які змогли втекти з Північної Кореї, як саме проходить життя у героїв з різних сімей за рівнем достатку.

Дівчинка – Сон Мина – з бідної сім'ї. Мадам Че Ю Чжин – північнокорейської мажорка. І поки народ навколо варив кашу з трави, вони їли чистий білий рис: за північнокорейськими мірками – це чорна ікра. Чоловік Ханні Йо – служив довго в північнокорейській армії. Утікши до Південної Кореї, він навіть знайшов місце біля кордону, звідки видно його колишній будинок, і перший час вони з дружиною і донькою зустрічалися там у вихідні - махали один одному руками. А потім дочка з дружиною пропали

У себе в північній Кореї всі ці люди стали ворогами народу. Північна Корея і Південна Корея формально досі перебувають в стані війни, тому хлопець вирішив провести експеримент - з'явився в центрі Південної Кореї у формі Північної: «Я й уявити не міг, що трапиться, якщо я з'явлюся в центрі Південної Кореї в формі Північної» - Антон Лядов (ведучий каналу).

Раніше ютуб-канал «The Люди» випустив 2 частини роликів про Північну Корею, у якій показував приховане життя мешканців країни, та як вводять в оману туристів: «Реальная жизнь в Северной Корее / Ложь и правда Ким Чен Ына / Как Люди Живут / Лядов», «Как бегут из Северной Кореи / The Люди Лядов». Відео набрали мільйонні перегляди та велику кількість відгуків від глядачів.

**Українській землі – дбайливого господаря,
а громаді – надійного партнера**

Саме таким партнером у вирішенні ключових питань життєдіяльності громад є компанія «Курс-Агро», яка входить до холдингу Прилуцька Аграрна Компанія.

Співпраця із громадами вже втілюється в десятки важливих соціальних, інфраструктурних, освітніх ініціатив. Так, компанія за підсумками 2020-го року інвестувала в регіони присутності майже 1,5 мільйона гривень на реалізацію низки проектів.

«Нас всіх об'єднує бажання розвиватися. Ми, як бізнес, прагнемо масштабування, а жителі громад хочуть мати комфортні умови та підтримку - від вчасно прочищених від снігу доріг та освітлених вулиць до сучасно облаштованих освітніх закладів, якісної інфраструктури, можливостей для спорту і дозвілля. В цьому прагненні ми завжди поруч», – зауважує директор Прилуцької Аграрної Компанії Олександр Рубан. За його словами, компанія прагне, аби жителі громад бачили в компанії надійного партнера і довіряли вирішення як особистих, так і колективних потреб.

Минулого року вектор соціальної відповідальності «Курс-Агро» зосередився на боротьбі із коронавірусною хворобою. Із перших днів пандемії компанія незмінно проводила моніторинг потреб громад в індивідуальних засобах захисту, а закладів охорони здоров'я – у медикаментах та обладнанні. Більшість допомоги була зорієнтована на якісне забезпечення сільської медицини Це ФАПи та амбулаторії. Адже саме вони надають найчастіше первинну допомогу та лікування для людей поважного віку, що знаходяться у групі ризику. Із останнього. Курс-Агро придбав для Ризького фельдшерсько-акушерського пункту (Лохвицької ОТГ, Полтавської області) стерилізатор. Апарат призначений для знезараження медичного обладнання та є обов'язковим в щоденній медичній роботі. Досі медичний заклад даної громади не мав такого обладнання, а тому для буденної стерилізації медики мали їхати за 12 км до колег із Лохвиці. Із початком пандемії незручності посилювалися, адже в першу

чергу постійні контакти між медиками двох населених пунктів можуть негативно позначитися на епідеміологічній ситуації цілого регіону. Нині новий стерилізатор другий тиждень вдало працює на користь громади, а персонал Ризького ФАПУ на місці проводить усі необхідні маніпуляції. Крім цього, серед проектів, які реалізовано за підтримки «Курс-Агро»: будівництво даху майбутнього дитячого садочку та встановлення дитячого і спортивного майданчиків у Боїданійці (Чернігівська область), придбання обладнання для будинку культури села Бог ода рівна (Полтавська область), технічне сприяння у розчищенні Бербеницького ставка (Полтавська область) та низка інших. Окремо варто виділити облаштування системи вуличного освітлення на центральній вулиці Дідівців Чернігівської області.

Іще один напрям соціальної відповідальності 'Курс-Агро' - спортивні ініціативи громад. Так, впродовж останніх кількох років компанія надає підтримку команді з футболу в с. Богданівка, зокрема, забезпечує перевезення в рамках регіональних змагань А в селі Риги, де також є футбольна команда, придбали відповідну форму для спортсменів.

«Курс-Агро» важливо будувати довготривалі та ефективні взаємовідносини зі своїми пайовиками. Компанія високо цінує отриману довіру та завжди поруч за будь-яких сімейних обставин. Саме тому минулого року передбачили адресну допомогу пайовикам та їх родинам на понад пів мільйона гривень.

А ще в основі робочих процесів «Курс-Агро» величезна любов та повага до рідної землі. Розвиток рослинної галузі, на якій тримається економіка країни, – ключовий пріоритет в роботі. Саме тому ми працюємо на українській землі як справжні господарі, патріоти. Цінуємо родючість українського чорнозему та робимо вклад у підтримку селян, людей, що знають ціну землі та хліба. «Курс-Агро» вже зарекомендувало себе як одне із ключових підприємств, яке пропонує найвигіднішу орендну ставку понад 10% та є бюджетоутворюючим підприємством регіону.

Так, упродовж минулого року ми поповнили казну держави на 23,5 гривень. Ці кошти пішли на будівництво доріг, виплату заробітної плати працівникам бюджетної сфери, фінансування соціальної сфери.

Соціальна свідомість – це одна із п'яти важливих цінностей у щоденній роботі «Курс-Агро». Разом з тим ми виготовляємо якісний продукт, усвідомлюємо професійну відповідальність - впроваджуємо передові виробничі та екологічно чисті технології, напрацьовуємо репутацію за рахунок поваги, довіри та прозорості, об'єднуємо команду закоханих у землю професіоналів, що не обмежені в особистому розвитку.

У 2021 році компанія «Курс-Агро» взяла курс на активний розвиток, зокрема і за рахунок розширення земельного банку залучення до партнерства нових пайовиків та нові громади. Детальну інформацію щодо умов співпраці можна отримати за номером: 380505217517 Довідково про компанію:

В 2020 році Прилуцька Аграрна Компанія» була заснована холдингом MSCapital В неї було проінвестовано понад 160 млн грн, зокрема придбано елеватор та корпоративні права компанії «Курс-Агро», земельний банк якої складає близько 5 тис. га в межах Полтавської та Чернігівської областей. За результатами 2020 року компанія «Курс-Агро» має рекордні показники урожайності (соняшник – 3,16 тонни з гектара. озима - 6,52, кукурудза - 8,89), одне з найвищих податкових навантажень (150 гривень з гектара) та є сумлінним платником податків – 23.5 млн грн сплачено у минулому році.

ВИСНОВКИ

Виконання поставлених у кваліфікаційній роботі завдань дозволило дійти таких висновків.

Соціальна проблема – це ситуація, яка не відповідає визнаним цінностям певної соціальної спільноти і вимагає певних дій з метою змінити цю ситуацію. Усі соціальні проблеми об'єднуються в групи за джерелом походження, за ступенем охоплення, за рівнем, характером та сферою відносин, за часом існування. Тематично соціальна проблематика в ЗМІ представлена матеріалами, які порушують питання охорони здоров'я, освіти, культури, соціального забезпечення, житлово-комунального господарства. Соціальна журналістика реалізує низку функцій, властивих для журналістики загалом і зокрема. Основною із них є комунікаційна функція, що забезпечує інформаційну взаємодію між суб'єктами соціальної реальності. Це характерно для всіх засобів масової інформації, включаючи і соціальну журналістику зокрема. Функція інформування про стан соціальної сфери та соціальні проблеми суспільства, організація громадського діалогу, функція адаптації, яка допомагає зорієнтуватися у мінливому світі та прийняти нові життєві стратегії. У соціальній журналістиці особливого значення набувають практичні функції, орієнтовані на її реальну участь через соціальні проекти в житті конкретної людини.

З метою визначення тематичних орієнтирів соціальної журналістики нами проаналізовано Сумську суспільно-ділову газету (щотижневик) «Ваш шанс», зокрема її спеціалізовану рубрику «Соціум». З'ясовано, що частка матеріалів цієї рубрики у загальній кількості матеріалів становить 18%, що вказує на те, що редакція приділяє достатньо уваги соціальним проблемам, якщо врахувати, що соціальні питання порушують й у інших рубриках. Аналізу підлягали матеріали, які були оприлюднені протягом березня 2021 року. Усі матеріали за тематичним принципом об'єднано у такі групи: освіта, захист прав споживачів, медицина й охорона здоров'я, особиста безпека, пільгові

категорії, сервіс і послуги, суїцид, соціальна підтримка. Статистичні показники засвідчили, що серед матеріалів редакцією визначено певні тематичні пріоритети. Це медицина та охорона здоров'я, пільгові категорії, сервіс і послуги та освіта.

На основі результатів моніторингу ЗМІ, тематики матеріалів, які торкаються соціальних проблем нами були підготовлені шість різножанрових матеріалів. Авторська ідея матеріалу «За соціальною допомогою - до ОТГ?» – дати інформацію про ініціативу уряду "Соціальна громада" й роз'яснити читачам про можливості отримання пільговими категоріями населення різноманітних виплат дистанційно. У публікації «Шляхами безхатченків» порушено питання соціальної адаптації людей без певного місця проживання. «Крок до Європи» подає інформацію про відкриття Центру надання адміністративних послуг в рамках програми «U-LEAD з Європою». Ідея матеріалу «Вони теж герої» – порушити питання соціальної захищеності вчителів, розкрити складні аспекти їхньої праці. У матеріалі «The Люди. Про реальне життя у Північній Кореї» йдеться про випуск відеоролика на каналі YUOTUBE, у якому висвітлено соціальну нерівність різних верств населення у комуністичній країні з диктаторським режимом. «Українській землі – дбайливого господаря, а громаді – надійного партнера» - це матеріал, у якому йдеться про виконання взятих на себе соціальних зобов'язань компанією «Курс-Агро», одним із векторів соціальної відповідальності якої на сьогодні стада боротьба із коронавірусною інфекцією, відновлення ФАПів та амбулаторій в межах ОТГ, а також підтримку спортивних ініціатив громад та інвестиції в розвиток місцевого аграрного бізнесу.

Загальний обсяг інформаційного проекту – 21 890 знаків, що становить 0,55 авторського друкованого аркуша.