

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Журналистика»

(наименование кафедры)

42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Мультимедийная журналистика

(направленность (профиль))

## МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему «Освещение жизнедеятельности людей с ограниченными возможностями здоровья в интернет-СМИ Самарской области»

Студент

О.В. Николаева

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Научный руководитель

Е.Р. Раскатова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель программы

канд. филол. наук, доцент, Л.В. Иванова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

**Допустить к защите**

Доцент, и.о.

заведующего кафедрой

канд. филол. наук, доцент, Л.В. Иванова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Тольятти 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 ОСВЕЩЕНИЕ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЮДЕЙ С ОВЗ КАК ТЕМАТИКА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	10
1.1 Социальная сфера жизни общества и ее отражение в средствах массовой информации.....	10
1.2 Особенности освещения инклюзивной среды в масс-медиа.....	18
1.3 Научные подходы к методике анализа семантических, синтаксических и прагматически характеристик журналистских текстов.....	28
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМАТИКИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЮДЕЙ С ОВЗ В ИНТЕРНЕТ-СМИ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ.....	35
2.1 Результаты социологического опроса жителей Самарской области об отношении к людям с ОВЗ.....	35
2.2 Типологическая характеристика интернет-СМИ Самарской области. ...	42
2.3 Семантическая, синтаксическая и прагматическая характеристика журналистских текстов, освещающих жизнедеятельность людей с ОВЗ в интернет-СМИ Самарской области.....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	86
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	96

## ВВЕДЕНИЕ

Массмедиа являются важнейшим фактором формирования общественных ценностей. Они влияют на модели социального взаимодействия и на принятие, либо отрицание обществом различных жизненных явлений. В том числе они являются одним из факторов, формирующих отношение социума к людям с инвалидностью.

С 2017 года с появлением ряда новых проектов по созданию доступной городской среды внимание к жизнедеятельности людей с инвалидностью возросло. На страницах СМИ стали чаще появляться материалы, посвященные изменениям в законодательстве, формированию доступной среды, благотворительности. Однако публикации, где объектом отражения является сам человек с ОВЗ, его достижения, способности, профессиональные качества, проявления таланта, на страницах СМИ публикуются редко. Такую тенденцию выделяют многие исследователи. Например, Т.А. Головина<sup>1</sup>, Е.В. Богданова<sup>2</sup>, Б.В. Мамонт<sup>3</sup>, Е.Н. Ключкова и Е.С. Дарда<sup>4</sup>. В своих работах они отмечают, что преимущественно об инвалидности пишут небольшие по объему информационные заметки. В качестве обращения в 84% случаев используют обезличенное определение «инвалид» как основное. В модальности материалах присутствуют два стереотипа: либо инвалид-герой, либо калека-попрошайка.

О необходимости изменения качества материалов пишут и сами люди с ограниченными возможностями здоровья. В социальной сети «Instagram» инвалид-колясочник Станислав Бураков 14 марта 2019 года в своем посте написал: «Кто бы что не говорил, а рассказывают и показывают о людях с

---

<sup>1</sup>Головина Т. А. Отражение журналистами феномена инвалидности в СМИ // Вестник ВГУ. 2013. № 2. С. 56-59.

<sup>2</sup>Богданова Е. В. Этика общения с людьми с ограничениями здоровья как составляющая инклюзивной культуры // Вестник КГУ. 2015. № 21. С. 16-23.

<sup>3</sup>Мамонт Б. В. Эффективность контактоустанавливающей функции в рамках ведения интервью : сущность и система оптимизации. Краснодар, 2009. 169 с. URL: [https://new-disser.ru/product\\_info.php?products\\_id=1125896](https://new-disser.ru/product_info.php?products_id=1125896) (дата обращения 20.04.18).

<sup>4</sup>Ключкова Е. Н., Дарда Е. С. Статистическое исследование уровня инвалидизации в РФ // Вестник ТомГУ. 2017. № 39. С. 41-49.

инвалидностью мало. А если и рассказывают, то в каком-то печальном и грустном ключе»<sup>1</sup>. Добавив фотографии и видео, на которых запечатлено, как Станислав вместе со своей командой участвует в соревнованиях по баскетболу на колясках. Закадровый голос на видео говорит о том, что люди с инвалидностью такие же члены общества, берущие от жизни все, и при этом они не ленятся.

В материале, опубликованном на сайте официального Агентства Социальной Информации 5.05.2017, собрано воедино несколько интервью, рассказывающих о том, за что борются сегодня люди с физическими ограничениями. Приведем лишь несколько цитат оттуда. Евгений Смирнов, танцор без ноги, участник шоу «Минута славы» и «Танцы»: «Для начала должно измениться отношение общества к инвалидам». «Прежде всего, должно быть равноправие полнейшее, без дискриминации. Инвалиды — такие же люди, как и все, и нужно относиться к ним безо всякой жалости. Им не нужна жалость, нужно равноправие»<sup>2</sup>.

Наталья Присецкая, организатор Центра поддержки будущих родителей с инвалидностью, борется со стереотипом, что инвалиды не могут иметь семью: «Принято считать, что люди с инвалидностью не могут иметь полноценную семью, растить детей. Стереотипы — одна из серьезных проблем. Мы пытаемся разрушать эти мифы. Доказываем, что люди с ограничениями здоровья тоже имеют право на счастливую жизнь. Мы боремся за права женщин с инвалидностью, поддерживаем их в решении рожать и воспитывать детей»<sup>3</sup>.

Все эти публикации, выражающие точку зрения людей с ОВЗ размещаются в личных пабликах, на сайтах общественных организаций, в специализированных изданиях. Их запрос быть в массовом сознании активными гражданами очевиден. Однако стереотипы, чрезмерная жалость,

---

<sup>1</sup>Бураков С. Рассказывают о людях с инвалидностью мало : личная страница // Instagram. URL: [https://www.instagram.com/p/Bu\\_jukOgqbz/](https://www.instagram.com/p/Bu_jukOgqbz/) (дата обращения: 20.04.18).

<sup>2</sup>Яковенко И. Люди с инвалидностью: нам не нужна жалость, нужно равноправие : личная страница // Instagram. URL: <https://www.instagram.com/yakovenkoirisha/> (дата обращения 20.04.18).

<sup>3</sup>Там же. URL: <https://www.instagram.com/yakovenkoirisha/> (дата обращения 20.04.18).

непринятие их как активных членов общества, существенно тормозят процесс социализации. Не маловажную роль в этом играют СМИ, так как они обращены к массовой аудитории. В связи с этим, важной задачей является определение роли региональных СМИ в освещении жизнедеятельности людей с ОВЗ. Обращение к тем событиям, которые происходят в непосредственной близости к аудитории, позволяет региональным СМИ быть эффективными как в освещении жизнедеятельности людей с ОВЗ, так и в создании социально-психологической среды для процесса их социализации. Это обуславливает *актуальность* исследования.

*Объектом* исследования является тема жизнедеятельности людей с ОВЗ.

*Предмет* – содержательно-формальные и прагматические характеристики текстов, посвященных теме жизнедеятельности людей с ОВЗ.

*Цель* – охарактеризовать качество освещения темы жизнедеятельности людей с ОВЗ в интернет-СМИ Самарской области.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие *задачи*:

1. Изучить научные теории, описывающие особенности работы журналистов над материалами в социальной журналистике.
2. Описать научные подходы к проблемам отражения инклюзивной среды в масс-медиа.
3. Сформировать методику анализа журналистских публикаций, посвященных жизнедеятельности людей с ОВЗ.
4. Провести опрос среди жителей Самарской области, позволяющий изучить проблему социализации людей с ОВЗ на территории Самарской области.
5. Сделать типологический анализ интернет-изданий Самарской области.
6. Проанализировать материалы, затрагивающие тему жизнедеятельности людей с ОВЗ.

*Теоретико-методологическую* базу составили работы, описывающие социальную проблематику. Это исследования А.А. Зайцевой<sup>1</sup>, Е.П. Прохорова<sup>2</sup>, И. Дзялошинского<sup>3</sup>, Р.Г. Иванян<sup>4</sup>. Проблемы инклюзивного отражения в СМИ рассматривали в своих работах Т.А. Головина<sup>5</sup>, А.Ю. Домбровская<sup>6</sup>, Б.В. Мамонт<sup>7</sup>. Е.В. Богданова<sup>8</sup> и В.А. Петросян<sup>9</sup>, Е.А. Морозова<sup>10</sup>. Для проведения анализа мы обратились к методикам Л.В. Ивановой<sup>11</sup> и Л.Г. Лазутиной<sup>12</sup>.

В работе применялись следующие *методы*. Метод опроса применялся при исследовании проблемы социализации людей с ОВЗ в Самарской области. Теоретико-типологический метод позволил описать издания, в которых отбирались публикации для анализа. Метод контент-анализа позволил отобрать необходимые для анализа публикации. Метод комплексного анализа текста был использован для исследования содержательной и прагматической сторон текста в публикациях о жизнедеятельности людей с ОВЗ.

*Эмпирическую* базу исследования составили 45 материалов, в которых непосредственно была затронута тема жизнедеятельности людей с ОВЗ и которые были опубликованы на новостных сайтах Самарской области: «ВолгаНьюс», «63RU», «Аргументы и Факты Самара»,

---

<sup>1</sup>Зайцева А. А. Тележурналистика и социальная политика в регионе. СПб., 2011. 181 с. URL: <http://cheloveknauka.com/telezurnalistika-i-sotsialnaya-politika-v-regione#1> (дата обращения 21.04.18).

<sup>2</sup>Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2011. 352 с. URL: <https://studfiles.net/preview/2868378/> (дата обращения 21.04.18).

<sup>3</sup>Дзялошинский И. М. Поле для профессионалов или поляна для дилетантов? // Социальная журналистика: профессия и позиция. 2005. С. 16-21.

<sup>4</sup>Иванян Р. Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия : дисс.... канд. полит. наук. СПб., 2007. 179 с.

<sup>5</sup>Головина Т. А. Отражение журналистами феномена инвалидности в СМИ // Вестник ВГУ. 2013. № 2. С. 56-59.

<sup>6</sup>Домбровская А. Ю. Роль СМИ в процессе социальной адаптации инвалидов в современной России : дисс.... канд. соц. наук. Орел, 2004. 169 с.

<sup>7</sup>Мамонт Б. В. Эффективность контактоустанавливающей функции в рамках ведения интервью : сущность и система оптимизации. Краснодар, 2009. С. 169. URL: <https://clck.ru/GFEsD> (дата обращения 20.04.18).

<sup>8</sup>Богданова Е. В. Этика общения с людьми с ограничениями здоровья как составляющая инклюзивной культуры // Вестник КГУ. 2015. № 21. С. 16-23.

<sup>9</sup>Петросян В. А. Интеграция инвалидов в российское общество. М., 2011. 345 с.

<sup>10</sup>Морозова Е. А., Степанов Н. В. Образ инвалида в средствах массовой информации : региональный аспект // Научно-методический электронный журнал «Концепт». № 27. 2016. С. 41-43.

<sup>11</sup>Иванова Л. В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения. Тольятти, 2012. 131 с.

<sup>12</sup>Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2004. 240 с.

«PROGORODSAMARA», «SAMRU.ru», «TLTGOROD.ru», «TLT.ru», «CityTraffic», «SGPRESS», «Большая деревня».

*Хронологические рамки исследования:* включают период с августа по декабрь 2018 года.

*Новизна* работы заключается в том, что впервые предпринята попытка комплексного анализа материалов в интернет-СМИ Самарской области, посвященных жизнедеятельности людей с ОВЗ, позволяющий охарактеризовать освещение данной тематики в регионе и рассмотреть областные СМИ, как фактор социализации данной категории населения в современном обществе.

*Научная обоснованность и достоверность* исследования обеспечиваются применением научной методологии, описанной в методах исследования, а также обширным эмпирическим материалом и многочисленными источниками по тематике исследования, представленными в списке использованной литературы.

*Теоретическая значимость* исследования заключается в том, что его результаты расширяют представление о роли региональных СМИ в процессах социальной адаптации людей с инвалидностью в обществе.

*Практическая значимость* исследования заключается в возможности использовать на практике полученные данные для корректировки стратегии в освещении данной тематики в региональных новостных интернет-СМИ, а также при работе журналистов над материалами о жизнедеятельности людей с ОВЗ.

*Гипотеза* исследования заключается в том, что влияние региональных интернет-СМИ на процесс социальной адаптации людей с ОВЗ двойственно. С одной стороны, обращаясь в своих публикациях к проблемам, с которыми сталкивается эта группа населения, они обеспечивают коммуникацию, необходимую для их решения. Освещая успехи и достижения людей с ОВЗ в творчестве, профессиональной деятельности, спорте СМИ создают образ

человека с инвалидностью как активного участника жизни общества, тем самым способствуют процессу социализации данной группы людей.

С другой – формируют отношение к человеку с инвалидностью как к малозащищенному, слабому, изолированному в обществе, требующему дополнительного внимания, помощи, вызывающим жалость.

*Положения, выносимые на защиту:*

1. На современном этапе социализации инвалидов актуальной проблемой становится преодоление дискриминационных представлений общества о людях с ОВЗ.

2. Эффективность информационной поддержки в региональных интернет-СМИ процесс интеграции людей с инвалидностью в общество связана с идейно-тематическим и жанровым разнообразием публикаций, и как следствие расширением целевой аудитории материалов.

3. Содержательная составляющая текстов, опубликованных в региональных интернет-СМИ, должна касаться не только проблем, с которыми сталкивается данная группа населения, но и освещать успехи и достижения жителей региона с ОВЗ, персонифицировать героев публикаций, тем самым формируя отношение населения к ним, как активным членам общества, стремящимся к полноценной жизни в социуме.

*Апробация результатов работы.*

Основные результаты исследования были представлены в докладах на конференциях «Студенческие дни науки в ТГУ» и «Молодежь. Наука. Общество», а также в опубликованных в научных сборниках тезисах: «Освещение темы жизнедеятельности людей с ОВЗ в СМИ Самарской области»<sup>1</sup>, «Тема социальной интеграции людей с ОВЗ в СМИ Самарской области»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>Студенческие дни науки в ТГУ : научно-практическая конференция. URL: [https://vk.com/doc159497057\\_474729766?hash=af74863303ec0cd9bf&dl=9dbe43593948931fa0](https://vk.com/doc159497057_474729766?hash=af74863303ec0cd9bf&dl=9dbe43593948931fa0) (дата обращения 28.05.19).

<sup>2</sup>Молодежь. Наука. Общество : Всероссийская студенческая научно-практическая междисциплинарная конференция (Тольятти, 5 декабря 2018 года) : электронный сборник студенческих работ / отв. за вып. С.Х. Петерайтис. Тольятти : Изд-во ТГУ, 2018. 1 оптический диск.

*Структура работы* определяется поставленными целью и задачами. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемых источников.

Во введении обосновывается выбор темы и её актуальность; обозначаются объект и предмет исследования; определяются цель и задачи; характеризуются теоретико-методологическая, эмпирическая базы и методы исследования; определяются элементы научной новизны, практическая значимость работы, а также положения и гипотеза, выносимые на защиту.

В первой главе «Отражение жизнедеятельности людей с ОВЗ как тематика масс-медиа» рассматриваются специфика социальной журналистики, проблемы поднимаемые в данной области, роль автора, особенности работы с инклюзией, роль СМИ в процессе социализации, формируется план анализа и хронология работы.

Во второй главе «Анализ публикаций в СМИ Самарской области» представляется опрос жителей, показывающий наличие проблемы социализации людей с ОВЗ в Самарской области. Дается типологическая характеристика изданий, анализ материалов, в котором отражено состояние семантической, синтаксической и прагматической сторон текста. Делаются выводы исходя из каждого пункта анализа.

В заключение формируются выводы по результатам всей проделанной работы.

# ГЛАВА 1 ОСВЕЩЕНИЕ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЮДЕЙ С ОВЗ КАК ТЕМАТИКА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

## 1.1 Социальная сфера жизни общества и ее отражение в средствах массовой информации

В журналистике традиционно выделяют ряд тематических сфер: политическую, экономическую, социальную, культурную, спортивную и так далее. Теоретики и практики до сегодняшнего момента спорят о том, что же представляет собой «социальная журналистика». Кандидат Санкт-Петербургского государственного университета А.А. Зайцева считает: «Формально к социальной проблематике в журналистике относят образование, культуру, здравоохранение, социальное обеспечение, жилищно-коммунальное хозяйство и некоторые другие сферы жизни. Однако это ограничение условное, потому что на социальное самочувствие общества может оказать влияние и событие, которое по формальным признакам относится к теме политике или экономике»<sup>1</sup>. То есть социальная журналистика охватывает всю сферу, которая подразумевает под собой способ организации человеческих отношений.

В настоящее время социальная журналистика становится все более актуальной, практически лидирующей основой функционирования целого сегмента массовых и специализированных средств массовой информации, а также является неотъемлемой частью публичного пространства.

Обществу необходимо наличие публичных арен, где бы происходило обсуждение и решение проблем в той или иной сфере социальной жизни. Такую возможность предоставляют СМИ. Именно в них происходит работа по конструированию проблем и причин, а также способов их решения.

В европейской системе масс-медиа социальная журналистика больше века функционирует как подсистема, российская же находится только на

---

<sup>1</sup>Зайцева А. А. Тележурналистика и социальная политика в регионе. СПб., 2011. С. 24. URL: <http://cheloveknauka.com/telezurnalistika-i-sotsialnaya-politika-v-regione#1> (дата обращения 30.04.18).

начальном этапе развития. Это связано, прежде всего, с различными трактовками термина «социальная журналистика» и классификаций направлений ее реализации.

Теоретическая часть социальной журналистики на сегодняшний день остается полностью не изученной, она находится в стадии разработки. А вот ее практическая сторона достаточно подробно изучается исследователями. Это приводит к большому количеству трактовок целого ряда терминов. Вследствие чего, отсутствует четко сформулированный понятийный аппарат, который должен описывать принципы функционирования социальной журналистики.

Впервые термин «социальная журналистика» встречается в работах Е.П. Прохорова. Автор рассматривает ее как «аналитическое звено взаимоотношений социальных групп»<sup>1</sup>. Однако большинство исследователей социологов, политологов, журналистов, психологов приходят к выводу, что социальная журналистика сформировалась в связи с резким ухудшением социальной жизни общества и актуализации в информационной повестке дня социальных проблем.

Уместно вспомнить также понятие социожурналистика, которое ввел С.Г. Корконосенко. По его мнению: «Это уровень квалификации сотрудников СМИ, который характеризуется высокой социологической культурой мышления, поиска, сбора, интерпретации информации, а также социальной ответственностью за последствия своей деятельности»<sup>2</sup>.

Свое определение дает и И.М. Дзялошинский. Социальная журналистика, как считает исследователь: «Отличается от всех других “журналистик” тем, что не просто отображает действительность, информируя аудиторию о происходящих событиях, но и особым образом участвует в регулировании отношений между людьми и социальными общностями. Она стремится позитивно повлиять как на сами эти отношения,

---

<sup>1</sup>Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2011. С. 112. URL: <https://studfiles.net/preview/2868378/> (дата обращения 30.04.18).

<sup>2</sup>Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М., 2004. С. 287.

так и на социальные структуры, управляющие различными сферами общественной жизни»<sup>1</sup>.

Р.Г. Иванян отмечает, что «именно обращение к социальной проблематике привело к формированию в журналистике отдельного направления - “социальной журналистики”. Формообразующими служат следующие критерии: ориентация на специфические темы, расположение журналиста на стороне аудитории, статус “защитника” интересов “простых” граждан, особые личностные качества сотрудников СМИ»<sup>2</sup>.

Термин «социальная журналистика» можно трактовать несколькими способами. К широкому подходу относится вся журналистика в целом. К узкому подходу - только ее отдельная социальная тематика.

Социальная сфера уже по определению является важнейшим объектом журналистской деятельности. С присущими ей характеристиками она формирует определенные условия и подходы к освещению социальной направленности масс-медиа. Обязательные условия здесь: целостность, функциональность, персонифицированность, инерционность и относительная самостоятельность.

Средства массовой информации со своей спецификой должны не только критиковать социальные проблемы, но и также предлагать технологии их решения. При этом необходимо следовать нескольким особенностям:

1. Давать оперативно полную, объективную информацию о состоянии социальной сферы.
2. Выявлять новые темы и проблемы.
3. Помогать ориентироваться обществу в новых жизненных реалиях, демонстрировать их.

---

<sup>1</sup>Дзялошинский И. М. Поле для профессионалов или поляна для дилетантов? // Социальная журналистика: профессия и позиция. СПб., 2005. С. 16.

<sup>2</sup>Иванян Р. Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия : дисс.... канд. полит. наук. СПб., 2007. С. 86.

4. Подвергать все законопроекты и решения общественной оценке.  
Формировать социальную политику.

5. Упорядочить общественные отношения - поддерживать равновесие интересов.

6. Этически и нравственно оценивать события.

Информируя аудиторию о происходящих событиях, социальные СМИ отражают реальную картину мира. Они дают обществу возможность высказать свое мнение по тем или иным поводам. Кроме того, СМИ стремятся положительно влиять на различные сферы общественной жизни и регулировать отношения между ними и обществом.

Исследователи выделяют несколько подходов к определению феномена социальных масс-медиа. Первый исходит из деятельности социальной журналистики, предмет которой определяет социальные проблемы общества. К ним относится соблюдение личных прав, качества образования и медицинского обслуживания, благосостояния граждан и многое другое. Ко второму подходу относится социожурналистика как элемент социальной политики государства. Оно исходит от принятой общественной морали и официально признанной идеологии. Руководствуясь этими подходами к социальной журналистике можно отнести любые материалы, поскольку все СМИ освещают жизнедеятельность человека.

Средства массовой информации способствуют принятию обществом решений, основанных на полученной актуальной, объективной информации. Они формируют основы цивилизованного общества, способствуют решению социальных проблем.

В настоящее время социальная журналистика развивается в двух направлениях. Во-первых, информирует общество и организывает отдельные благотворительные акции и мероприятия, направленные в помощь нуждающимся. Во-вторых, смягчает общественные настроения, нравы, установки посредством привнесения идей милосердия, понимания, сострадания и принятия.

Предмет социальной журналистики и ее границы определяет одна из ведущих исследователей социожурналистики Т.И. Фролова<sup>1</sup>. Исследователь отмечает некоторые профессиональные аспекты в этой области:

- Показывать социальные проблемы вместе с проблемами из других сфер.
- Использовать в работе те методы, которые формируют творческое своеобразие.
- Анализировать ситуацию с позиции, которая не противоречит общественному развитию. Действовать в интересах граждан.
- Создавать для общества собственные информационные ресурсы.
- Организовывать акции, направленные на решение острых проблем.

Перейдем к следующей важной части социальной журналистике - роли автора. Здесь также существует несколько точек зрения. Первая, что автор только констатирует факт действительности – проблему, объективно прибегая к нескольким точкам зрения. Вторая, что журналист не только является транслятором, но также оценщиком ситуации. Он анализирует масштаб проблемы, находит ее причины и показывает выход из сложившейся ситуации, демонстрируя в тексте программу выхода.

При работе над подобными темами необходимо использовать как можно больше источников информации. Они могут быть следующими: общественные организации, власть, юристы, архивы, досье, приглашенные специалисты, звезды, родственники, соседи.

Журналист, освещающий социальную проблематику в СМИ, обязательно должен обладать комплексом знаний о предмете, владеть гуманитарными технологиями, и иметь достаточно жизненного опыта. Последнего у начинающих журналистов не хватает, но так как именно социальная тема наиболее популярна среди студентов, она освещается на

---

<sup>1</sup>Фролова Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. М., 2014. С. 43.

эмоциональном уровне. Зачастую, в русле привычных стереотипов и актуальных политических дискурсов. В качестве жанра выступают житейская история или зарисовка.

На телевидении имеется целый сегмент программ, ориентированных на «социальную тематику». Журналист как адвокат выступает в интересах общества или конкретного человека. Это можно наблюдать, например, в программе «ЖКХ» на «Первом канале», в рубрике «Все под контролем» в программе «Контрольная закупка». На телеканале «Пятница» выходят программы «Ревизорро», «Магазино», «Инсайдеры». На «РЕН ТВ» проекты «Справедливость», «Несправедливость», «Жадность».

Чтобы событие стало новостью, оно должно содержать в себе конфликтность, быть близким к общечеловеческим темам, цепляющим внимание, иметь эффект эмоционального толчка. Дальше прописываются творческие задачи, определяется тема. Самое важное правило, о чем необходимо помнить автору, он во всем должен искать первопричину, анализировать содержание.

Главный компонент при определении темы будущего материала - социальная реальность, которая окружает журналиста. Предпосылки ее актуальности либо уже созрели в реальности, либо, если причины скрыты, автор их сам доказывает в тексте. Тема состоит из факта и проблемы. Проблема требует изучения, исследования, оценивания и разрешения (программа выхода). После формулировки проблемы, которая станет темой будущего материала, определяются цель и задачи журналистского исследования, проводится первичный системный анализ, а затем выстраиваются рабочие гипотезы.

Термин «социальные проблемы» впервые появился в Европе в середине XIX века. Относился он применительно к расизму, преступности, бедности и перенаселенности. В связи с этим А.Ю. Уколов считает, что слово «социальный» стало ключевым элементом современного дискурса. Значительной частью контента периодической печати исследователь

называет «демографию, здравоохранение, жилье, проблемы социально уязвимых групп, которые формируют довольно пестрый и противоречивый информационный фон, соединяя пиар социальной политики, журналистские расследования, мозаику новостей»<sup>1</sup>.

Социальная журналистика как самостоятельная сфера деятельности имеет ряд закономерностей. На начальном этапе функционирует двуполярная система. Затем СМИ выстраивают коммуникацию между представителями различных страт, формируют социальный капитал. Влияние СМИ идет не через отдельные сообщения, а через усиливающийся кумулятивный эффект. Это связано с тем, что СМИ доминируют в информационном пространстве.

СМИ не только освещают различные гражданские инициативы, несправедливости, социальные акции, но и проявляют собственную инициативу по их организации, тем самым актуализируя социальные проблемы в сознании людей. Что касается этой деятельности, то у теоретиков возникают разногласия. Одни считают, что целью журналистики является «освещение», а не «помощь» или «организация». Другие не видят для этого преград, и считают, что «объективность» в работе не теряется. Так автором собственного социального проекта «Подари ребенку праздник» выступило Балтийское информационное агентство (Санкт-Петербург), на телеканале RU.TV есть программа «Север. Непридуманнные истории», в рамках которой существует рубрика, направленная на помощь нуждающимся детям, а в программе «Пока все дома», выходящая на телеканале «Россия-1», есть рубрика «У вас будет ребенок», рассказывающая о детях, проживающих в детских домах.

Российское общество в настоящее время насыщено социальными проблемами: безработица, повышение пенсионного возраста, доступная среда для людей с ОВЗ, терроризм, «новые» заболевания. Все это и многое другое вызывает тревогу и беспокойство у общественности.

---

<sup>1</sup>Уколов А.Ю. СМИ и жизненное пространство человека // Российское общество : цивилизованные горизонты трансформации. Саратов, 2005. С. 229.

В коллективной монографии под научной редакцией доктора философских наук С.К. Шайхитдиновой, группа ученых проанализировала трансформацию социальных проблем<sup>1</sup>.

Характеристики	Советский период	Период перестройки	Постсоветский Период
Социальная политика	Социальная политика полностью находилась под контролем государства, осуществляемой на базе государственной идеологии.	Социальная политика трансформируется и приобретает более направленный характер. Большую роль играют СМИ, начинает создаваться общественный сектор.	Социальная политика направлена на человека и для человека. Формируется диалог, активно работают общественные организации, формируются некоммерческие организации (НКО).
Взаимоотношения между населением и государством	Человек с вопросами о его повседневном существовании оказывается на периферии публичного пространства.	Каналы выбрасывания информации в публичное пространство постепенно трансформируются.	Органы власти берут инициативу в свои руки по вопросам, связанным с формированием «повестки дня».
Рефлексия СМИ	Рупор партии и власти.	Формирование «новой» журналистики.	Социальная журналистика становится неотъемлемой частью публичного пространства.

Таблица 1 – Трансформация социальных проблем во временном пространстве

Таким образом, СМИ имеют возможность предоставлять обществу достаточно информации, которая помогает ориентироваться в современной

<sup>1</sup> Шайхитдинова С. К. Региональные СМИ : проблематика, тенденции развития. Казань, 2011. С. 114.

реальности. А модальность и способ изложения проблем может оказывать серьезное воздействие на отношение общества к этим проблемам.

Разграничить темы на социальные и несоциальные довольно трудно, поскольку социальная журналистика многообразна и разнопланова. Она охватывает темы и объекты, которые далеки друг от друга, но неразрывно связаны с человеческой жизнедеятельностью. Полноценная реализация социальной журналистики возможна только в случае совместного функционирования нескольких направлений:

1. В СМИ обязательно должны освещаться проблемы, связанные с человеческой сферой либо государственной деятельностью.
2. Журналисту необходимо использовать профессиональные ресурсы и методы, формирующие творческое своеобразие социальной журналистики.
3. Необходимо устанавливать коммуникацию с аудиторией, и вовлекать их в сам процесс.
4. Необходимо анализировать и представлять информацию таким образом, чтобы она соответствовала интересам развития всего общества.

## 1.2 Особенности освещения инклюзивной среды в масс-медиа

Общественное мнение формируется во многом благодаря деятельности средств массовой информации, в частности, профессионализму журналистов. Оно зависит от умения видеть и объяснять структурные причины социального неравенства. СМИ и СМК играют ключевую роль в создании культурных ценностей общества, тем самым они участвуют в социальной интеграции людей с ОВЗ. Как говорится, моральное здоровье общества можно оценить по тому, как оно относится к наименее защищенной его части - старикам, детям и инвалидам.

С развитием доступной среды и появлению ряда проектов по улучшению жизнедеятельности людей с инвалидностью материалов на данную тему стало появляться намного чаще. Об этом говорят результаты многих исследований, например, А.Ю. Домбровской<sup>1</sup> и В.А. Петросян<sup>2</sup>. Однако эти материалы практически не способствуют социализации, а наоборот выстраивают психологический барьер между людьми без физических ограничений и людьми, имеющие их.

Чикагский социолог Эмори Стивен Богардус уже в 1920-е годы ввел понятие «Социальная дистанция»<sup>3</sup>, подразумевая расстояние между представителями различных социальных групп. Под социальной дистанцией он имел в виду степень социально-психологического принятия, которую выражает человек по отношению к представителю иной социальной группы. Ключевую роль здесь играют средства массовой информации. Благодаря их деятельности формируются те или иные установки, стереотипы, общественное мнение.

Зачастую журналисты представляют себе, что их задача - это выявление у публики чувства жалости и сочувствия к людям с инвалидностью. Они подвергают критике действия властей, изменения в законодательстве, тем самым подчеркивая сложности, вызванные нетрудоспособностью. Либо наоборот «отчитываются» об успехах, проделанных для людей с ОВЗ властью города или страны.

Чтобы перейти к более подробному рассмотрению инклюзивной среды, дадим определение понятию «инклюзия». *Инклюзия* – это процесс увеличения степени участия всех граждан в социуме, и в первую очередь, имеющих трудности в физическом развитии<sup>4</sup>.

Именно средства массовой информации формируют общественное мнение по отношению к инвалидам. Они знакомят аудиторию с проблемами,

---

<sup>1</sup>Домбровская А. Ю. Роль СМИ в процессе социальной адаптации инвалидов в современной России : дисс... канд. соц. наук. Орел, 2004. С. 74-75.

<sup>2</sup>Петросян В. А. Интеграция инвалидов в российское общество. М., 2011. С. 18-20.

<sup>3</sup>Bogardus, E.S. Measuring Social Distances, Journal of Applied Sociology // AmSoc. 2009. № 4. 595 p.

<sup>4</sup>Ляtifова Л. В. Инклюзивное образование // Молодой ученый. 2014. № 19. С. 574.

способами их решения и людьми, которые могут эти проблемы решить. Однако в самих публикациях журналисты допускают огромную ошибку – они изначально пишут о героях материала как об «особенных» людях, вынося их в отдельную социальную группу.

В европейских странах в сознании людей укоренилась идея равенства прав людей. Она не зависит от пола, здоровья и уровня их развития. Этому во многом способствовали средства массовой информации. В России же в советское время существовало негласное табу на освещение жизнедеятельности людей с ОВЗ. Последние десятилетия у нас формируется другой подход – отношение как к имеющим все права на самореализацию, но заведомо нуждающимся в помощи людям.

Чтобы проанализировать особенности материалов с точки зрения модальности, структуры и этики, нами были изучены многие научные публикации. Так, например, в статье «Отражение журналистами феномена инвалидности в СМИ»<sup>1</sup> кандидата филологических наук «Академии медиаиндустрии» Головиной Татьяны Анатольевны речь идет об аспектах журналистской практики в освещении проблем людей с ограниченными возможностями. В статье приводится статистика обращений к представленной теме среди журналистских произведений, а также раскрывается образное и эмоциональное наполнение материалов.

Т.А. Головина считает, что авторы излишне идеализируют своих героев. Если у человека с ограниченными возможностями есть жена, дети и работа – это нормально, не стоит возводить его в ранг «Герои». Людей с инвалидностью, по мнению автора статьи, важнее «показывать в обычных жизненных ситуациях, не героизировать их и не жалеть, не говорить о них как об отдельной группе»<sup>2</sup>.

В материале затрагиваются формы обращения к интервьюируемому. Приводятся данные о количестве встречающихся определений. Например,

---

<sup>1</sup>Головина Т. А. Отражение журналистами феномена инвалидности в СМИ // Вестник ВГУ. 2013. № 2. С. 56-59.

<sup>2</sup>Там же. С. 57.

слово «инвалид», по данным статистики, наиболее востребовано среди авторов. Оно присутствует в 84% случаев. Сама Т.А. Головина находит это слово корректным. Однако стоит отметить, что материал был опубликован в 2013-ом году, сейчас в 2019-ом за употребление слова «инвалид» можно получить штраф. Для этого проводится специальная лингвистическая экспертиза. Если по ее результатам будет доказано, что слово употреблено в отношении конкретного человека, в контексте, оскорбляемом его, то результат будет определен не в пользу автора.

На этом моменте хочется остановиться подробнее. Термин «инвалид» восходит к латинскому корню “valid” и в буквальном переводе может означать «непригодный», «неполноценный». По мировой норме отношений каждый человек – это личность. Поэтому данный термин указывает на конечное состояние объекта, которое не позволяет человека считать личностью. Употребление слова «инвалид» в этом смысле является не корректным и не толерантным. Сами люди с ограниченными возможностями по-разному относятся к формулировке. На собственной практике встречались героини интервью, предпочитающие заменять слово синонимами или собственным именем.

Солидарен с автором статьи и Максим Ильяхов, автор книги «Пиши, сокращай». На вопрос: «Можно ли называть инвалида инвалидом?» он отвечает: «Все зависит от того, что нам нужно сказать и зачем. Если у автора задача помочь: собрать деньги, улучшить жизнь, тогда слово «инвалид» использовать можно. Нельзя сглаживать углы, когда рассказываешь миру о проблеме и призываешь к действию»<sup>1</sup>.

То, что инвалидность существует, отрицать невозможно. Есть «группа инвалидности», «пособия по инвалидности». По мнению Максима Ильяхова, единственное, когда нельзя использовать данный термин - это в переносном смысле по отношению к человеку, который не

---

<sup>1</sup>Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай : Как создавать сильные тексты. М., 2017. С. 134.

страдает инвалидностью. Это является нарушением всех морально-нравственных принципов.

Вернемся к публикации Татьяны Анатольевны Головиной. Статья представляет результат исследования, в котором показан анализ материалов на предмет необходимой нам темы: «Более половины – сухие сообщения информационных агентств, статистика, комментарии к законодательным актам, в основном, касающихся пенсий и льгот для инвалидов. А если это очерк или репортаж, то превалирует пафос в 20% случаев»<sup>1</sup>. Не хватает, однако, информации о том, сколько всего материалов участвовало в изучении. Какая была выбрана по охвату аудитория: федеральная или региональная. И за какой период времени была сделана выборка.

Кроме того, в материале особое внимание отводится процессу взаимодействия журналиста с людьми с инвалидностью. Автор выделяет несколько правил, которым необходимо следовать в момент подготовки, в момент самого разговора и в момент согласования полученного результата. Они весьма полезны, поскольку этические моменты играют главную роль в подготовке и проведении интервью с людьми с ограниченными возможностями. Необходимо быть тактичным, внимательным, но не заискивающим.

Более глубоко тему этики при коммуникации с особыми группами рассматривает в своей статье Елена Виталиевна Богданова. Научная публикация исследователя называется «Этика общения с людьми с ограничениями здоровья как составляющая инклюзивной культуры»<sup>2</sup>. Материал опубликован в «Вестнике КГУ» в 2015 году. В статье исследуется становление инклюзивной культуры в контексте этических норм коммуникационного общения с людьми с особыми возможностями здоровья.

---

<sup>1</sup>Головина Т. А. Отражение журналистами феномена инвалидности в СМИ // Вестник ВГУ. 2013. № 2. С. 56-59.

<sup>2</sup>Богданова Е. В. Этика общения с людьми с ограничениями здоровья как составляющая инклюзивной культуры // Вестник КГУ. 2015. № 21. С. 17.

В своей публикации Е.В. Богданова говорит о том, что любому специалисту при взаимодействии с людьми с инвалидностью необходимо помнить о культуре поведения. Представители средств массовой информации своими публикациями задают людям ориентиры поведения, идеи, взгляды, основополагающие ценности. От модальности материала журналиста зависит то, как аудитория воспримет и осмыслит текст.

Исследователь выделяет несколько моментов, на которые следует обратить внимание при общении с людьми с ограниченными возможностями. Они несколько схожи с теми пунктами, о которых говорила Головина.

Для каждой группы у автора советы индивидуальные. Они предназначены, прежде всего, для того, чтобы сохранить личное достоинство человека, к которому вы пришли для интервью, а также помогут при решении сложных и неловких ситуаций. Перед тем как прийти на интервью журналисту следует обратить внимание на свой внешний вид. «От того, насколько внешний вид человека, поведение и речь соответствуют общепринятым правилам этикета, зависит не только доверие к нему и эффективность работы, но и общественное мнение об учреждении и его деятельности»<sup>1</sup>. Итак, для интервью с людьми, передвигающимися на инвалидной коляске, необходимо помнить о нескольких «специфических» нормах поведения:

1. Глаза журналиста и интервьюируемого должны находиться на одном уровне при разговоре.
2. Необходимо помнить, что коляска – предмет неприкасаемый, а также о том, что не следует превышать скорость ходьбы, недопустимую для собеседника.
3. Сначала предложить помощь, и только получив положительный ответ, приступать к ее оказанию.

---

<sup>1</sup>Богданова Е. В. Этика общения с людьми с ограничениями здоровья как составляющая инклюзивной культуры // Вестник КГУ. 2015. № 21. С. 18.

4. Пропускайте вперед человека на коляске или с костылями, чтобы придержать дверь.

У людей с плохим слухом зачастую имеются проблемы с дикцией. В таком случае необходимо помнить, что:

1. Контакт глазами – обязательное условие интервью.
2. Не следует перебивать говорящего. Необходимо дать возможность человеку договорить до конца.
3. Если вы не поняли фразу, не говорите: «Понятно», переспросите еще раз.
4. Не кричите и не повышайте голос специально, убедитесь, что вас слышат.
5. Говорите проще, без сложных конструкций.

Люди с нарушением зрения часто чувствуют себя в изоляции. Профессиональному журналисту необходимо понимать, что:

1. Говорить следует с человеком напрямую. А не через сурдопереводчика или сопровождающего.
2. Интервьюируемому необходимо представиться.
3. Если вы куда-то передвигаетесь, возьмите аккуратно человека под локоть и не спешите в своем движении.
4. Не усаживайте человека на стул, положите его руку на спинку стула. Так ему будет комфортнее.
5. Не играйте с собакой поводырём, она на службе.

Не менее важен и момент подготовки к интервью. Необходимо лично убедиться в доступности выбранного места для человека с ОВЗ. Заранее поинтересоваться, не возникнет ли каких-нибудь проблем или барьеров. Устранить их по возможности или выбрать новое место.

Современное общество должно, по мнению автора, пройти «специальный путь, чтобы выработать культуру инклюзии, этическую выдержку и толерантное отношение. Журналисты играют в этом пути

важную роль. Они помогают выполнять просветительскую работу, строить культуру общественных взаимоотношений»<sup>1</sup>.

Начинать нужно всегда с себя. Если журналист не чувствует свободу и комфорт во время интервью, то, скорее всего, оно пройдет неудачно. Волнение от журналиста передастся собеседнику. Тот не сможет в полной мере расслабиться и доверится. В таком положении журналисту сложно оценить реальную ситуацию и расположить к себе собеседника. Диалог не состоится в полной мере. Вследствие этого в СМИ может появиться не самый удачный материал, который не в достаточной степени будет способствовать решению проблемы интеграции инвалидов в общество.

Наиболее полно процесс коммуникации с людьми с инвалидностью рассматривает кандидат социологических наук Айтилина Николаевна Больницкая. Ее научная статья «Инвалиды и общество»<sup>2</sup> опубликована в «Мониторинге общественного мнения» в 2014 году. Материал написан с целью понять проблему интеграции инвалидов в общество. Как и Максим Ильяхов, упомянутый ранее, автор статьи считает необходимым освещать проблемы людей с инвалидностью и условия их жизнедеятельности в различных сферах общества.

Айтилина Больницкая приводит в своей публикации результаты опроса с людьми с инвалидностью в Республике Саха (Якутия). Анкетный опрос был проведен в 2013 году, в нем участвовало 1426 респондентов. При формировании выборочной совокупности применялась многоступенчатая стратифицированная выборка. Данные проведенного опроса позволяют дать характеристику и выделить особенности социальной жизни людей с ограниченными возможностями. Также они помогают определить работу в социальной политике в отношении инвалидов. После изучения данной

---

<sup>1</sup>Богданова Е. В. Этика общения с людьми с ограничениями здоровья как составляющая инклюзивной культуры // Вестник КГУ. 2015. № 21. С. 19.

<sup>2</sup>Больницкая А.В. Инвалиды и общество коммуникации. М., 2014. С. 119-125. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/invalidy-i-obschestvo> (дата обращения 12.01.19).

публикации журналисты будут иметь представление о тех проблемах, которые следует поднимать в своих материалах.

В 2006 году была принята Генеральная Ассамблея ООН Конвенции о правах инвалидов, благодаря которой внимание к решению экономических, юридических, социальных и других вопросов инвалидности возросло. Реализуется программа «Доступная среда», направленная на формирование беспрепятственного доступа к всем важным для жизнедеятельности объектам. Программа действует с 2011 года и по сей день, выбирая каждые два года приоритетные задачи. СМИ являются поддержкой проекта и рассказывают обо всех изменениях и реализованных проектах.

«По статистике Всемирной организации здравоохранения инвалидов в России насчитывается порядка 1 миллиарда человек»<sup>1</sup>. Это 15% всего населения Земного шара. По возрастному признаку их можно разделить на две группы: дети и взрослые. Дети-инвалиды – особая категория. Усвоение общественного опыта формируются у них через призму объективных физиологических и социальных ограничений.

Журналисту необходимо учитывать особенности возраста и характера у людей с психическими или физическими ограничениями жизнедеятельности. По мнению А.Н. Больницкой, наиболее уязвимы люди с первой группой инвалидностью. При разговоре наиболее аккуратным журналисту нужно быть с группами: «Инвалиды детства», «Инвалиды с психическими нарушениями» и «Инвалиды в преклонном возрасте». Они чаще остальных сталкиваются с отчуждением и безработицей.

В своей статье автор говорит также о проблеме коммуникаций общества и инвалидов. 64,6% опрошенных граждан ответили, что общество не справедливо к инвалидам. Однако за последние 5 лет отношение общества к людям с инвалидностью улучшилось, это отметили 69%. Автор вводит в статью объяснение понятия «Отношение общества»: «Это рациональная и

---

<sup>1</sup>Всемирный доклад об инвалидности // Всемирная организация здравоохранения : официальный сайт. URL: [https://www.who.int/disabilities/world\\_report/2011/report/ru/](https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report/ru/) (дата обращения 12.01.19).

эмоциональная оценка тенденций в системе социальной поддержки инвалидов, в сфере признания их прав на доступность среды, а также общее впечатление о внимании и заботе со стороны людей к этой категории. Можно сказать, что внимание общества к проблемам инвалидов, согласие с направлениями социальной политики по отношению к ним признается, но вместе с тем отмечаются пробелы в реализации намеченных и декларированных прав инвалидов»<sup>1</sup>.

Установление прав инвалидов в социальной политике должно идти параллельно с разработкой научно обоснованной системы оценки инвалидности. Важно добиться того, чтобы инвалиды знали свои права и могли их реализовывать, и общество знало о правах инвалидов и помогало им в этом. К такой ситуации должны стремиться все: и власть, и бизнес, и журналистика, и общество.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

1. Предметом отражения в материале являются следствия (ситуации), вызванные инвалидностью, а не сам человек (личность).
2. Средства массовой информации должны объяснять причины социального неравенства вместо простой трансляции привычных стереотипов о людях с инвалидностью. Они не должны вызывать жалость к своим интервьюируемым или возводить их в ранг «герои», говорить надо прямо, без пафоса и скромности.
3. При взаимодействии с людьми с инвалидностью необходимо четко знать этические и моральные аспекты. Быть предельно тактичным, но не навязчивым.
4. Знать, когда можно употреблять слово «инвалид», а когда лучше заменить его на имя героя.
5. Четко знать о правах инвалидов, не нарушать их.

---

<sup>1</sup>Больницкая А.В. Инвалиды и общество коммуникации. М., 2014. С. 125. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/invalidy-i-obschestvo> (дата обращения 12.01.19).

б. Говорить о проблемах, которые существуют, не сглаживая при этом углы.

Средства массовой информации и коммуникации – мощнейшая сила воздействия на сознание людей. Они оказывают влияние на эмоции человека, способны убеждать реципиента наилучшим образом. Особенно заметно это проявляется в отношении электронных СМИ. «По мере расширения технических возможностей их роль возрастает. А по эмоциональному воздействию на чувства и сознание людей они остаются пока непревзойденными и собирают самую широкую аудиторию»<sup>1</sup>.

### 1.3 Научные подходы к методике анализа семантических, синтаксических и прагматически характеристик журналистских текстов

Профессиональный анализ журналистских публикаций сложился как ответ на потребность педагогической деятельности: разбор студенческих публикаций в ходе производственной практики. Далее анализ стал востребован Общественной коллегией по жалобам на прессу при разрешении спорных моментов. Кроме того, используя методику, авторы повышают качество своих текстов.

Распространённый метод анализа журналистских текстов предоставлен в научной статье у Г.В. Лазутиной<sup>2</sup>. Она разработала алгоритм профессионального анализа, исходя из устойчивых характеристик журналистского произведения как типа текста. Для анализа автор предлагает следующие пункты: выявление темы произведения, определение идейного наполнения, рассмотрение структуры текста, выразительных средств, композиции и определение лексическо-стилистического оформления.

---

<sup>1</sup>Петренко А.В. Роль СМИ в современном мире. СПб., 2011. С. 11-17. URL: <https://works.doklad.ru/view/IB8ns4EQr5w/all.html> (дата обращения 10.01.19).

<sup>2</sup>Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2004. С. 57–83.

А.А. Тертычный<sup>1</sup> предлагает несколько видов анализа: политический, экономический, коммерческий, производственно-технический, экологический, военный, спортивный, юридический и т.д.

Семантическую и синтаксическую стороны текста исследовал в своей диссертации Б.Я. Мисонжников. Работа называется «Соотношение содержательных и формальных структур печатного издания»<sup>2</sup>. Доктор филологических наук отмечает, что текст никогда не существует вне времени. Однако его всегда следует рассматривать как место на оси исторического времени, и помнить, что текст всегда воспринимается сиюминутно в связи с событиями данного периода. Вследствие этого он говорит о контексте и подтексте. Последнее, по его мнению, расширяет смысловое поле.

В качестве основы для анализа журналистских публикаций нами была выбрана методика анализа кандидата филологических наук, доцента кафедры «Журналистика» ТГУ Л.В. Ивановой, опубликованная в учебном пособии «Основы журналистской деятельности»<sup>3</sup>. Методика опирается и на работу Г.В. Чевозеровой «Философское обоснование миссии журналистики»<sup>4</sup>, автор которой утверждает, что структура-форма журналистского произведения должна адекватно отражать его элементы-содержание.

Материалы анализировались с точки зрения семантической стороны текста, которая отвечает за содержание. Синтаксической стороны, которая характеризуется структурно-композиционными и языковыми особенностями. И прагматической стороны текста, отвечающей за успешное взаимодействие аудитории с журналистским произведением.

Семантическая сторона текста предполагает выделение в тексте темы произведения и его идеи, степени разработки темы, оценки объективности,

---

<sup>1</sup>Тертычный А. А. Аналитическая журналистика. М., 2010. 352 с. URL: <https://clck.ru/GJHXX> (дата обращения 10.01.19).

<sup>2</sup>Мисонжников Б. Я. Соотношение содержательных и формальных структур печатного издания. СПб., 2010. С. 311-324. URL: <https://clck.ru/GXEEa> (дата обращения 10.01.19).

<sup>3</sup>Иванова Л. В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения. Тольятти, 2012. С. 97-128.

<sup>4</sup>Чевозерова Г. В. Основы теории журналистики. Тольятти, 2013. С. 38-41.

наличие в тексте всех видов журналистской информации. Синтаксические характеристики текста предполагают анализ композиции текста, структуры, жанра, журналистского образа и языковых и выразительных средств. Прагматическая сторона текста предполагает описание аудитории, на которую рассчитан текст. Актуальность, способы привлечения внимания, полезность, декодируемость, фактическую информационную насыщенность, социальные функции журналистики, реализованные данным текстом, потенциальную информативность, предполагаемую результативность текста и его социальную роль.

Объектом журналистики выступает вся действительность без каких-либо ограничений или исключений. Это сфера политики, экономики, науки, культуры, быта и т.д. В качестве предмета отображения в журналистике выступают окружающая действительность и человек в социальном аспекте. Это узкая сфера действительности, конкретная часть объекта, которая играет ведущую роль в гносеологическом направлении выбранной деятельности.

Тема журналистского произведения отвечает на социальный заказ. Он может быть обусловлен либо редакционным заданием, либо потребностями массовой аудитории или социальных групп. Проблемно-тематическая направленность журналистского текста раскрывается через отбор фактов, непосредственно связанных с проблемой, которую решает поднять автор в произведении. Можно составить формулу: Тема = факт + проблема.

Идея материала – это его главная мысль, которую стремиться донести автор до своих читателей. В ней заложена определенная ценность, достигнутая автором от понимания предмета и цели повествования. Целесообразным разделять две идеи: опорную и рабочую.

Опорная идея – это идея-идеал. Она принадлежит больше идеологии, формируется в массовом общественном сознании. Чаще всего не говорится напрямую, а живет в подтексте произведения. Неверно выбранная «опорная идея» может стать непреодолимым препятствием при вынесении правильных суждений.

Рабочая же идея четко излагается в материале – это программа выхода, сформулированная автором для аудитории. Некий стержень материала, который представляет комплекс элементов: цель – средства – исполнители – гаранты.

Глубина разработки темы зависит от жанра, к которому принадлежит материал. Аналитический текст должен содержать причины появления той или иной проблемы, анализ ситуации автором, прогноз и программу выхода. Если журналист работает над новостными жанрами, тогда реализацией поставленной цели будет максимально лаконичное сообщение о факте, проявив при этом его новостную природу.

Принцип объективности обеспечивается в публицистическом тексте через соотношение чувственных ощущений и логических доказательств. Непременным условием достижения задачи публицистического произведения является наличие всех видов информации: дескриптивной, прескриптивной, нормативной, валютивной.

На уровне синтаксических отношений объективность подразумевает соответствие хронотопа текста хронотопу события, логическую выдержанность и убедительную аргументированность суждений. Кроме того, синтактику дополняет авторское индивидуальное изложение: оценки, подбор комментариев, постановка проблемы и т.д.

Структура как внешнее проявление внутренней логики текста характеризуется наличием структурных элементов, обеспечивающих целостность текста, последовательностью и логичностью стыковок фрагментов, аргументированностью выводов автора.

Жанр – это исторически сложившаяся, устойчивая форма видения и восприятия человеком действительности. Он определяется в зависимости от целевой установки, предмета, метода работы с информацией. В материале любого жанра каждый авторский вывод подтверждается фактами, случившимися в действительности. Аргументированные суждения – показатель достоверности информации. Убедительность авторской позиции

рассматривается через призму достоверности предъявленных фактов, наличие ссылок на источники, вызывающие доверие аудитории.

Степень разработанности образов автора и героев в тексте как результат творческой деятельности публициста и средство воздействия на аудиторию раскрывается через авторскую позицию, оценку, обращенность, персонификацию. Важным моментом для данного исследования является и наличие образа героя, который формирует отношение к представителям той или иной социальной группы.

Прагматическая сторона журналистского произведения отвечает за реализацию функций журналистики и, следовательно, за взаимоотношения текста с аудиторией. «Именно прагматические отношения текста обуславливают стратегическое целеполагание и конкретные творческие задачи, в соответствии с которыми осуществляется творческая деятельность журналиста, направленная на создание произведения для СМИ»<sup>1</sup>.

Аудитория – это совокупность индивидов, которые воспринимают обращенную к ним информацию. Текст порождает определенные смыслы, поэтому важно понимать своего читателя, и то, как он будет интерпретировать полученную информацию.

Способы, которыми пользуется автор, чтобы показать актуальность текста, позволяют не только донести до аудитории факт, ситуацию, проблему, но и сформировать интерес, объяснить значимость явления действительности, расширить представление аудитории о причинах и возможных сценариях развития ситуации. Актуальность, как важнейшая характеристика текста, позволяет создать определенные условия коммуникации с аудиторией.

Приемы привлечения внимания и поддерживания интереса читателя на протяжении всего текста могут быть как визуализированными: иллюстративный материал, место на полосе, способы оформления текста, так

---

<sup>1</sup>Иванова Л. В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения. Тольятти, 2012. С. 97-128.

и текстовыми: заголовок, лид и т.д. Наличие и качество используемых приемов формирует заинтересованность читателя, его вовлеченность в текст материала. Важными для взаимодействия с аудиторией являются такие характеристики текста, как полезность, понятность, информационная насыщенность.

Таким образом, подводя итоги можно сделать следующие выводы:

1. Социальная журналистика на современном этапе многообразна и разнопланова. Она формирует основы цивилизованного общества, способствует принятию обществом решений, касающихся вопросов жизнедеятельности, в частности принятия обществом людей с ОВЗ. Она смягчает общественные настроения, нравы, установки посредством привнесения идей милосердия, понимания, сострадания и принятия.

2. Отражение жизнедеятельности людей с ОВЗ происходит преимущественно в информационных материалах. Если это очерк или репортаж, то превалирует пафос в 20% случаев. Стереотип «калека-попрошайка» соседствует со стереотипом «инвалид-герой». Тематика не разнообразна. По мнению исследователей, большинство тем посвящается льготам и пенсиям. Семантические, синтаксические и прагматические составляющие текста позволяют провести анализ публикаций и выявить качественные характеристики освещения темы жизнедеятельности людей с ОВЗ в интернет-СМИ Самарской области.

Выводы позволяют нам сформулировать алгоритм исследования публикаций в интернет-СМИ Самарской области, освещающих жизнедеятельность людей с ОВЗ:

1. Провести социологический опрос, показывающий отношение жителей Самарской области к людям с ОВЗ. Это позволит выявить существующие в регионе проблемы социализации людей с инвалидностью.

2. Сделать типологический анализ интернет-порталов Самарской области, ориентированных на массовую аудиторию.

3. Сделать контент-анализ, в котором лексическими единицами станут слова «инклюзивная среда», «человек/люди с ОВЗ», «инвалидность», «реабилитация», «люди с ограниченными возможностями» и отобрать материалы, направленные на освещение жизнедеятельности людей с ОВЗ.

4. Проанализировать публикации и описать содержательно-формальные и прагматические характеристики текстов, посвященных данной тематике.

5. Сделать выводы и охарактеризовать качество освещения темы жизнедеятельности людей с ОВЗ в интернет-СМИ Самарской области.

## ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМАТИКИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЮДЕЙ С ОВЗ В ИНТЕРНЕТ-СМИ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

### 2.1 Результаты социологического опроса жителей Самарской области об отношении к людям с ОВЗ

Социологический опрос, проведенный нами, показал отношение жителей Самарской области к людям с ОВЗ и позволил выявить существующие в регионе проблемы социализации людей с инвалидностью.

Опрос был проведен в конце октября 2018 года. Участие приняли 364 человека в возрасте от 17 до 47 лет. Из них 353 человека не имеют инвалидность, два человека имеют инвалидность II группы и девять человек имеют I группу инвалидности.

Опрос проводился в интернете публично, в ходе которого было видно кто и как отвечал на вопросы. Уточним, что ответы и их обладателей видел только автор опроса. Это гарантировало конфиденциальность ответов от других пользователей, и повышало уровень доверия и искренности.

Целью данного исследования было понять, как относиться общество к людям с инвалидностью, как воспринимает положение инвалидности в обществе, и что является ключевым фактором в социальной интеграции людей с ОВЗ в социум.

Респонденты: граждане в возрасте от 17 до 47 лет.

География исследования: жители городов Тольятти и Самары.

Метод: публичный опрос в интернете.

Первый вопрос, который был задан респондентам звучал следующим образом: «*Знакомы ли Вы лично с людьми I и II группой инвалидности?*». 222 человека ответили утвердительно. 131 человек затруднились с ответом. 11 человек являлись сами инвалидами этих групп. Затруднились с ответом ноль респондентов.

Знаком лично	222 человека
Нет	131 человек
Я сам инвалид	11 человек
Затрудняюсь ответить	0 человек

Интервьюируемым, которые ответили утвердительно, был задан следующий вопрос: «Кем является для Вас человек с ОВЗ?». Из 222 положительных ответов, больше всего у респондентов оказалось родственников. Под другим вариантом подразумевались одноклассники, соседи, бывшие коллеги, с которыми не поддерживаются отношения.

Родственником	114 человек
Близким другом	12 человек
Хорошим знакомым	44 человека
Другой вариант	52 человек

Из полученных ответов можно сделать вывод, что чаще всего инвалидность имеют родители ответивших респондентов. У одного ответившего – это жена. У семи – это ребенок. Родителей с инвалидностью имеют респонденты преимущественно старше 37 лет. И знакомы с людьми с ОВЗ чаще люди более старшего возраста. В процентном соотношении графики ответов выглядит следующим образом.



Диаграмма 1 – Знакомы ли респонденты лично с людьми I и II группой инвалидности



Диаграмма 2 – кем являются люди с ОВЗ для респондентов

Следующий вопрос звучал так: «Как Вы считаете, уровень жизни для людей с инвалидностью за последние 5 лет стал выше, ниже или остался без изменений?». 71% опрошенных считают, что жить стало куда более комфортно, чем было до этого. Одинаковое количество ответов получили варианты «остался без изменений» и «затрудняюсь ответить». Меньше всего респондентов считает, что уровень жизни стал ниже за последние пять лет.

Стало комфортнее, чем было раньше	258 человек
Уровень жизни уменьшился	26 человек
Осталось без изменений	40 человек
Затрудняюсь ответить	40 человек

В качестве причины повышения уровня жизни для людей с инвалидностью респонденты преимущественно называют доступную среду и трудоустройство – так называемую бытовую адаптацию. Оснащение пандусами общественных мест, подъездов домов, скосы бордюров у дорог, общественный транспорт.

В процентном соотношении ответы представлены на диаграмме 3.

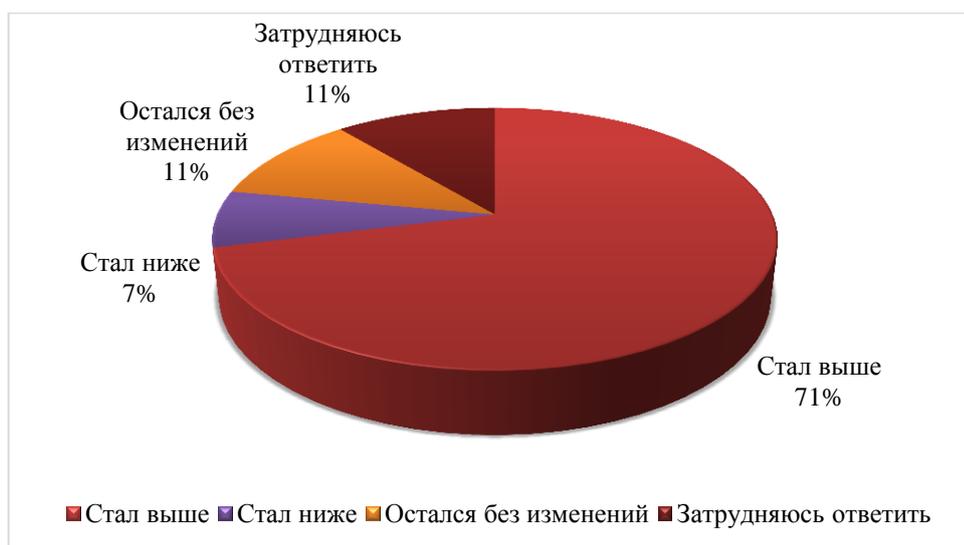


Диаграмма 3 – Как изменился уровень жизни для людей с ОВЗ за последние 5 лет

Однако социальная дистанция существует. По мнению 73% опрошенных, общество само ограничивает общение с инвалидами. Это 265 человека из 364. Наиболее комфортная коммуникация для них та, что не требует тесных контактов. На вопрос: "Смогли бы Вы подружиться с человеком с ОВЗ?" 158 человека затруднились ответить. Это составляет 43% от общего числа опрошенных. При этом 24% из них - это люди старше 29 лет. Признались, что не смогли бы подружиться с человеком с ОВЗ 16 респондентов. И 190 опрошенных не считают инвалидность помехой для дружбы и общения.

Для меня это не является проблемой	190 человека
Это трудно для меня. Не смог бы	16 человек
Затрудняюсь ответить	158 человека

Обратим внимание, что респонденты, которые ответили утвердительно на возможность дружбы и общения с людьми с ОВЗ имеют высшее образование, либо находятся в процессе его получения. Преимущественно это люди гуманитарных специальностей. Респондентов, имеющих технический профиль меньше на 27 в данном вопросе.

Представим полученные данные в процентном соотношении на диаграмме 4:



Диаграмма 4 – смог ли бы респонденты подружиться с человеком с инвалидностью

На вопрос: «Как Вы считаете, что мешает взаимодействию социума и людям с ОВЗ?» с огромным отрывом вырвался вариант ответа, в котором виноватым является само общество. Так ответили 265 человек. Винят в этом самих инвалидов 7 опрошенных. Затруднились ответить 37 человек. И считают, что преград к общению нет – 55 человек.

Само общество	265 человек
Люди с ОВЗ не идут на контакт сами	7 человек
Ничего не мешает	55 человека
Затрудняюсь ответить	37 человек

Интересным фактом является тот момент, что готовых идти на контакт людей больше, чем не готовых. И в тоже время общество виновато у максимального количества человек. Ответы в процентах этого вопроса выглядят как на диаграмме 5:



Диаграмма 5 – что мешает взаимодействию социума и людей с инвалидностью

Наиболее интересным для нашего исследования были ответы на вопрос: «*Читаете ли Вы материалы, связанные с людьми с инвалидностью?*» Вариантов ответов дали три. Утвердительно ответили 58 человек из 364. Из них 11, которые имеют инвалидность, несколько их родственников и журналисты, которые обязаны быть в курсе повестки дня. 117 человек ответили отрицательно. И 189 выбрали третий вариант.

Читаю	58 человек
Не читаю	117 человек
Другой вариант	189 человек

В качестве ответа «Другой вариант» респонденты подписывали, что «Читаю, если тема интересная», «Читаю, если затронута общественная тема», «Читаю, если там что-то важно будет для меня», «Читаю, если там есть интересная история» и так далее.

График в процентном соотношении ответов на данный вопрос представлен на диаграмме 6:

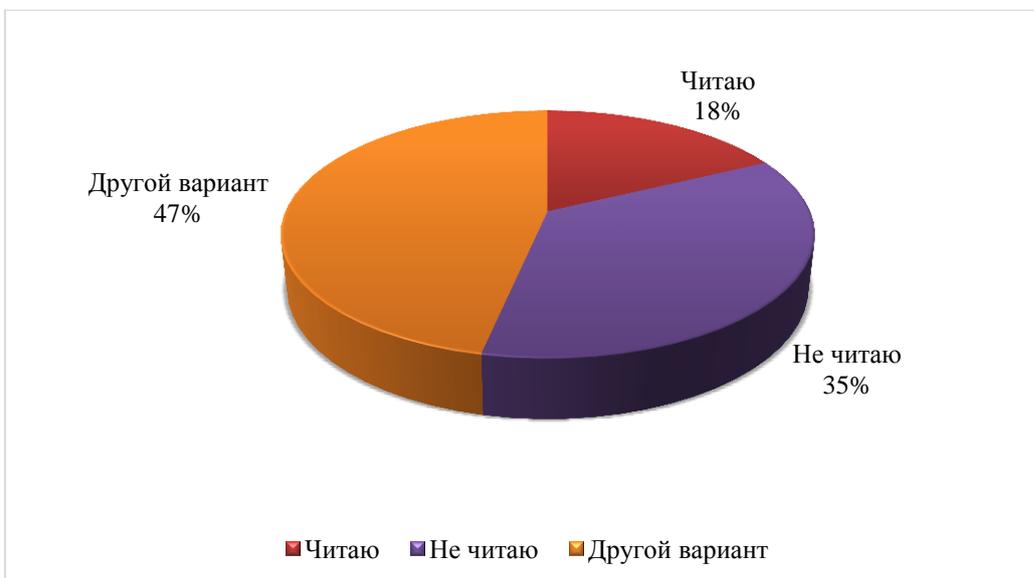


Диаграмма 6 – читают ли респонденты материалы, связанные с инвалидностью

Из выше указанных данных можно сделать следующий вывод: граждане Самары и Тольятти считают, что работа по улучшению доступной среды для людей с инвалидностью ведется. Передвигаться по городу стало более комфортно, чем пятью годами ранее. В большей степени это признают жители Самары. Тольяттинцы видят в своем городе меньше изменений. Респонденты отмечали общественные места, оснащенные общественные транспорты, госучреждения.

Готовы идти на контакт чаще всего люди, имеющие высшее образование. Больше всего положительно ответивших составило в возрасте от 23 до 34 лет. С инвалидностью сталкиваются часто. И проблемы, связанные с социальной адаптацией, видят. Винят в этом само общество. 44% не смогли ответить утвердительно на вопрос, смогли бы они подружиться с инвалидом или нет. Это говорит о неготовности полноценного принятия обществом людей с ограничениями по здоровью.

Все опрошенные готовы оказать помощь, если видят нуждающегося в ней человека с инвалидностью. Но для себя определяют наиболее комфортную коммуникацию с ними ту, что не требует тесных контактов.

Читают материалы о людях с ОВЗ, если видят в ней для себя интерес. Это может быть интересное событие или история. Из-за узкой тематики 117 человек отказались от прочтения материалов. Их смущает слово «инвалид» в названии и теги, связанные с инвалидностью после материала. Не видят в таких материалах для себя пользу.

Можно сказать, что респонденты относят людей с инвалидностью в отдельную социальную группу и не готовы психологически к полноценной их интеграции.

## 2.2 Типологическая характеристика интернет-СМИ Самарской области

Следующий этап алгоритма работы – проведение типологического анализа. Цель его определить тип издания и исключить из эмпирической базы те сайты, которые по своему типу не предполагают соответствующую целевую направленность, тематику и палитру жанров. Тем самым необходимо было выявить новостные сайты, на страницах которых могут появиться не только новостные материалы, но и оперативно-исследовательские и художественно-публицистические произведения.

В своей работе мы опирались на теорию А.И. Акопова, который исследовал типологические характеристики сетевых изданий<sup>1</sup>. Также мы просмотрели типологию И. Давыдова, А.Б. Носик, А.А. Добриковой. Они дают общие характеристики, которые никак не противоречат нашему выбору.

Для анализа Акопов предлагает следующие пункты, которые похожи на характеристики печатного СМИ: это издатель/учредитель, целевое назначение, читательская аудитория, внутренняя структура, жанры, оформление, авторы, периодичность, объем и число читателей издания, которые показывает специальный счетчик.

---

<sup>1</sup>Акопов А. И. Типологические признаки сетевых изданий // Филологический Вестник РГУ. 2000. № 1. С. 42-44. URL: <http://jgreenlamp.narod.ru/typology.htm> (дата обращения 23.01.19).

Для анализа были выбраны не все пункты, указанные исследователем. Наиболее важным для нашего анализа является аудитория, на которую направлены тексты. Это должно быть локальное СМИ, направленное на жителей города и области. Тематическая направленность – чтобы СМИ охватывало политическую, экономическую, общественную, культурную и т.д. повестки дня. И жанровая палитра, показывающая наличие не только новостных материалов. В связи с этим авторский состав и оформление не являются актуальными пунктами нашего исследования, а число читателей сайта косвенно учитывалось при анализе аудитории, на которую направлен текст.

В результате электронные СМИ анализировались по следующим пунктам: учредитель, цель издания, аудитория, внутренняя структура, жанры. По выделенным критериям исследовались следующие издания: «ВолгаНьюс», «63RU», «Аргументы и Факты Самара», «PROGORODSAMARA», «SAMRU.ru», «TLTGOROD.ru», «TLT.ru», «CityTraffic», «SGPRESS», «Большая деревня».

#### *Типологический анализ издания «ВолгаНьюс»*

Информационный портал «Волга Ньюс» - региональное новостное сетевое издание, созданное при поддержке информационного агентства «Волга Ньюс».

Год создания — 2010.

Учредитель (соучредитель): ООО «Медиасервис». Об этом издание говорит у себя на сайте в плашке внизу страницы.

Цель издания: Максимально оперативно информировать жителей области о важных местных событиях.

Аудитория: реальную аудиторию издание характеризует так: «Широкий географический охват аудитории — посетителями портала являются не только жители Самарской области, "Волга Ньюс" читают в Москве, Ульяновске, Казани, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге». Что касается целевой аудитории, то судя по материалам,

затрагивающие только местные новости, это жители губернии, прежде всего городов Самара, Тольятти, Сызрань.

Внутренняя структура издания: Информационный поток охватывает максимально широкий спектр событий политической, экономической, социальной, культурной и спортивной жизни Самарской области и ее граждан. Рубрики следующие: «Власть и политика». Здесь материалы разделяются на подкатегории: «Губернатор», «Облправительство», «Законотворчество», «Партии», «Выборы». Материалы в каждой подкатегории публикуются раз в два дня, кроме выборов. Последний материал там опубликован в декабре 2018 года. В рубрике «Экономика и бизнес» количество материалов в день составляет в среднем от 5 до 8. Деление идет на «Экономическую политику» «Финансы», «Машиностроение», «Строительство и недвижимость», «Транспорт». По одному, двум материалам в день в каждой подкатегории. Рубрика «Общество» самая непостоянная. В ней появляется в день то 8 материалов, то три, то один, то через день. Она делится на «Туризм», «Образование», «Здравоохранение», «Молодежную политику». Далее идет рубрика «Происшествия». Она самая популярная среди публикаций. В день доходит до 22 сообщений. Рубрика «Спорт» делится на «Футбол», «Хоккей», «Баскетбол». Наполнение не постоянное. В день может появиться до 8 материалов, потом несколько дней публикаций не будет совсем, следом 2,3 материала в день. Рубрика «Культура» пополняется также по мере появления культурных событий. В день от 1 до 6 материалов.

Жанры: Наполнение сайта происходит преимущественно новостными жанрами. В среднем в день публикуются 10-12 хроник, 4-5 коротких заметок, 4-6 расширенных заметок, 1-2 корреспонденции. Но также присутствуют и оперативно-исследовательские жанры. Это несколько аналитических статей, постановочная корреспонденция, либо обозрение. Размещается также либо репортаж с культурного мероприятия, либо интервью с человеком. Не более 2-3 в день. Несколько раз встречались эпитафии, однако они очень редкое

явление на страницах издания – раз в полгода. Это говорит о возможности публикаций и в художественно-публицистических жанрах на страницах издания.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что «ВолгаНьюс» - это общественно-политическое региональное новостное сетевое издание, охватывающее все сферы жизни губернии, использующее разнообразную палитру жанров.

#### *Типологический анализ издания «63RU»*

«63RU» - это один из интернет-проектов сети городских сайтов Region.ru. Уникальный редакционный контент, собственное интернет-телевидение, база объявлений по продажам авто, недвижимости, техники и электроники, бытовым товарам, вакансии и резюме.

Учредитель: Как указывает само издание, это интернет-холдинг «Region».

Цель издания: Из публикуемых материалов можно сделать вывод, что цель издания не только информировать аудиторию о событиях в области, но и развлекать ее.

Аудитория: Как обозначает само издание, это жители всей области, достигшие 18 лет. Возраст указан на сайте внизу каждой страницы. Однако на деле, это все же преимущественно жители Самары.

Внутренняя структура издания: Рубрикация, представленная в верхней части страницы, переносит на другие сайты. Поэтому четкая рубрикация самого издания представлена в самом низу, что очень неудобно в использовании. Тематические рубрика следующие: «Образование». Она пополняется раз в 2-6 дней. Рубрика «Спорт» пополняется с периодичностью один материал за 2-4 дня. «Политике» ежедневно посвящаются 2-3 материала. «Экономика» также не стабильна. То несколько материалов в день, то один раз в два дня. Рубрика «Происшествия» остается самой наполняемой. От 4 до 8 материалов в день. «Спецпроекты» пополняются реже остальных рубрик. Один материал за 6-15 дней.

Жанры: Новостная лента обновляется постоянно. Преимущественно ее составляют новости – краткие и развернутые заметки. В среднем 8-13 сообщений в день. Также примерно раз в 15 дней публикуется лонгрид или мультимедийный текст. Хочется, отметить, что это портал наибольшее внимание уделяет данному виду публикаций. Появляются на сайте по 2-3 портретных интервью, которые относятся к художественно-публицистическим жанрам. Помимо этого, встречаются тексты «10 советов для», «30 важнейших вещей в», фотоотчеты и большие аналитические статьи, публикующиеся на портале минимум раз в два дня.

После анализа можно подытожить, что издание «63RU» относится к информационному развлекательному типу издания. Оно использует разные жанры при пополнении контента, и отводит большое внимание мультимедийной журналистике.

*Типологический анализ издания «Аргументы и Факты Самара»*

Учредитель: АО «Аргументы и факты», это указано на сайте издания внизу страницы.

Цель издания: «Объяснять, что происходит в стране и мире, рассказывать истории об удивительных людях и отвечать на вопросы»<sup>1</sup>.

Аудитория: Жители Самары, имеющие высшее образование, желающие знать о происходящих событиях в городе. Издание не для молодой, а более взрослой, думающей аудитории.

Внутренняя структура издания: Рубрикация расположена и по горизонтали, как у остальных сайтов, и вниз по вертикали. Наполнение круглосуточное, максимальное. Если переходить по рубрикам снизу, то будут показаны федеральные новости, по 40-45 в каждой рубрике. Если сверху, то показываются местные новости. Рубрика «Политика» в день включает примерно один материал. Рубрика «Происшествия», как обычно, лидирует. В день примерно по 9 материалов. «Общество» отстает не на

---

<sup>1</sup>Аргументы и факты // Издательский дом : официальный сайт. URL: <http://corp.aif.ru/page/4> (дата обращения 23.01.19).

много. По 7-9 материалов. «Спорт» примерно по одному материалу в сутки. «Транспорт» чуть больше – по 3 материала. Рубрика «Культура» последний раз пополнялась в июле 2018 года.

Жанры: На сайте представлены 4 спецпроекта. В разделе «Общество» есть подразделы на «События» и «Персона». В первом присутствуют корреспонденции и репортажи. Во втором портретные интервью, которые появляются не реже раза в месяц. Журналисты издания даже в небольших по объему материалах ставят проблему, привлекают экспертов, обозначают программу выхода. В сравнительном соотношении развернутых заметок в три раза больше кратких.

«АиФ Самара» - это информационное общественно-политическое сетевое издание, включающие в себя разнообразие жанровой палитры.

*Типологический анализ издания «PROGORODSAMARA»*

Электронная версия издания «Город Самара». «Актуальные, полезные, «близкие новости», постоянный интерактив с жителями города и подробная телепрограмма».

Учредитель: Указан на сайте в разделе «о нас». Это ООО «Город Самара».

Аудитория: Жители Самары, интересующиеся местной новостной повесткой дня. Возрастное ограничение указано на сайте – 16+.

Внутренняя структура издания: Рубрики, которые вынесены сверху сайта: «Бизнес», «Афиша», «Объявления», «Спорт» - не показывают новых материалов. Из-за этого делается вывод, что наполняемость рубрик отсутствует, но причина возможно в использовании другого метода структуризации материалов. Есть сплошной вниз перечень новостей, который разделяется по тегам. К «Политики и власти» относятся по 4 материала в день. Много говорится об общественных мероприятиях, по 3-6 материалов. Транспорт посвящено в среднем по 3 материала в день. Происшествие популярнее всего – по 8-10 материалов. Отдельно

расположена рубрика интервью: самые интересные люди Самары и здоровье для всех. Ее наполнение составляет один материал в 5,6 дней.

Жанры: Преобладает новостная повестка – по 25 сообщений в день. Однако можно говорить и о наличии художественно-публицистических жанров. Это интервью, либо портретный очерк. Однако по сравнению с новостными материалами их намного меньше – один материал раз в 7 дней. Примерно раз в 4 дня встречаются корреспонденции и статьи. Раз в 3-5 дней появляются репортажи с мероприятия. Большое количество фоторепортажей – несколько раз в неделю. Получается, что издание использует оперативно-исследовательские и художественно-публицистические жанры.

«PROGORODSAMARA» - это информационное общественное сетевое издание.

*Типологический анализ издания «SAMRU.ru»*

SamRU.ru – это последние новости, события в области культуры, образования, спорта, бизнес-новости. Интервью и обзоры.

Учредитель: внизу сайта справа в рамке написано мелкими буквами ООО «Связьконсалт».

Цель издания: Как обозначает ее сама редакция: «Оперативно и своевременно рассказывать о жизни Самары». Контент издания свидетельствует, что не только информировать, но и развлекать.

Аудитория: Само издание ориентировано на самарских жителей. Однако в рубрике «Туризм» очень много материалов, касающиеся не только Самарцев, например, «Круиз из Самары», «Горящие путевки из Самары». Но и много материалов федеральной повестки, например, «Тонкости и нюансы горячего тура», «Провоз багажа через границу». Из чего делается вывод, что читателем портала может стать не только самарский житель.

Внутренняя структура издания: Рубрикация у издания следующая: «Дом» включает постоянную рекламу о продаже недвижимости. Пополняется ежедневно. В рубрике «Досуг» ежедневно появляется 8-12 материалов в день. Он разделяется на подрубрики: концерты, развлечения,

афиши, круизы. Рубрика «Туризм» публикуется не постоянно. То до 4 сообщений в день, то несколько месяцев тишины. Рубрика «Здоровье» пополняется несколько раз в неделю. Рубрика «Новости» делится на культуру, спорт, гость, обзоры. Они пополняются ежедневно. Культура по 4-5 сообщений в день. Спорт – по 2 сообщения в день. Гость пару раз в месяц. Политика отсутствует вовсе.

Жанры: по анализу материалов можно сказать, что этот портал отличается количеством положительных новостей. В основном используются краткие заметки, редко репортажи с мероприятия. Аналитических материалов очень мало – 2,3 в неделю. В рубрике «Досуг» есть художественно-публицистические материалы. Есть реплики и рецензии на спектакли. В разделе «Гость» представлены интервью. Они выходят раз в три, четыре дня.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что тип издания - информационно-развлекательный.

*Типологический анализ издания «TLTGOROD.ru»*

Информационный портал Тольятти.

Учредитель: на сайте издания нет информации об учредителях.

Цель издания: информирование жителей Тольятти о важных городских и не только событиях.

Аудитория: житель Тольятти, образование и возраст которых не играют роль. Ценз указан на сайте как 16+.

Внутренняя структура издания: Рубрика «Город» в среднем включает 6-9 материалов в день. Рубрике «Общество» посвящено от 2 до 5 материалов. К «Происшествиям» относятся от 6 до 9 материалов в сутки. «Спорту» уделяют в сравнении с другими порталами больше всего внимания – 3-6 материалов. «Культура» пополняется ежедневно от 2 до 5 текстов. «Науке и образованию» посвящено меньше всего журналистских произведений. В этой рубрике материалы появляются не чаще чем раз в четыре дня.

Жанры: Преимущественно небольшие по объему материалы информационного жанра: хроники, краткие заметки. На сайте есть под рубрика «Расследование», где представлен жанр журналистского расследования. Даты публикации не указаны, поэтому невозможно говорить об обновляемости. Также имеется колумнистика в разделе «Точка зрения» - от 1 до 3 материалов в месяц. Присутствуют исторические зарисовки. В разделе «Культура» несколько раз в месяц публикуются корреспонденции.

Из вышеописанного можно сделать вывод, что издание «TLTGOROD.ru» - это информационное общественное издание, тематика и жанры которого разнообразны.

#### *Типологический анализ издания «TLT.ru»*

Официально зарегистрированное электронное СМИ в формате дайджеста городской прессы постоянно освещает все социально значимые общественно-политические, экономические и культурные события Тольятти.

Учредитель: указано на сайте - ООО «Инфолайн».

Аудитория: жители города старше 16 лет.

Внутренняя структура издания: Верхняя шапка состоит из следующих рубрик: «Город», которому стабильно посвящается по 7-8 материалов в день. Рубрика «Экология» наполняется 2-5 раз в месяц. Рубрике «АВТОВАЗ» посвящено от 1 до 4 материалов в неделю. Рубрика «Бизнес» самая непостоянная, то 3 материала в день, то один материал в 3-4 дня. «Спорту» портал уделяет по три материала в неделю. «Происшествия» наполняются в день по 2-3 раза. Чуть ниже справа расположен опрос, в котором редакция узнает мнения на важные темы у своей аудитории. Происходит постоянная обратная связь.

Жанры: В основном портал публикует зачастую одинакового объема расширенные заметки. Они сопровождаются фотографией и редко видео. В день по 14 сообщений. В рубрике «Экология» можно встретить постановочную корреспонденцию и обозрение. В разделе бизнес, каждый четвертый материал – аналитическая статья, либо отчет. То же самое и в

рубрике «Регион», встречаются и постановочная корреспонденция, и статья. В рубрике «Досуг» есть исторические зарисовки и корреспонденции. Они встречаются редко, пару раз в месяц.

«TLT.ru» - это информационное общественно-политическое сетевое издание.

*Типологический анализ издания «CityTraffic»*

Городской тольяттинский портал, который содержит новости города и тематические справочники.

Учредитель: ООО "ГОСТ". Эта информация расположена на сайте в отдельной плашке внизу страницы.

Цель издания: Реальная цель портала заключается в информировании тольяттинцев о событиях как городских, так и региональных, и федеральных.

Аудитория: Тольяттинцы, желающие знать новости города, афишу городских событий и обзоры с мероприятий.

Внутренняя структура издания: «Новости» разделяются на «Политику» от 2 материалов в день до 1 материала в 3 дня. На «Экономику» - 1-2 материала в день. Рубрика «Общество» является самой наполняемой. В день появляется примерно по 30 публикаций. Рубрика «Происшествия» тоже популярна. От 13 до 16 материалов в сутки. «Спорту» посвящается от 1 до 3 материалов в день. Об «Экологии» пишут раз в день, раз в два дня. О рубрике «Культура» вспоминают еще реже – один, два раза в неделю.

Жанры: Основной жанр новостной – краткие заметки и хроники, их количество может достигать до 60 материалов в день. Раз в неделю выходит интервью с жителем города по актуальной теме. За неделю можно встретить рецензию на театральную постановку, корреспонденцию с мероприятия, портретное интервью и аналитическую статью, как, например, в рубрике «Образование».

После анализа складывается мнение, что «CityTraffic» - это информационный портал, ориентированный на общественную тематику.

*Типологический анализ издания «SGPRESS»*

Это электронная версия «Самарской газеты». Издание имеет постоянно обновляющуюся ленту. Свежие новости из жизни столицы региона, новости губернии, страны и мира, новости дня и новости недели в аналитических обзорах.

Учредитель: МАУ г.о. Самара «Самарская газета». Об этом сказано на сайте.

Цель издания: Информировать аудиторию о важных событиях и анализировать их.

Аудитория: Жители города с высшим образованием, в возрасте от 25 лет, желающие не только знать, но и думать, поскольку аналитических материалов очень много. Однако на сайт есть материалы, затрагивающие мировую повестку дня, поэтому читатель сайта вполне может быть жителем не только города Самара.

Внутренняя структура издания: Первое, что бросается в глаза – нет рекламы, которая обычно расположена со всех сторон сайта. Лента с названиями материалов и фотографиями уходит вниз. Справа «Популярное», «Комментарии», «Свежее». Рубрика «Город» делится на тематические разделы: транспорт, ЖКХ, образование, спорт, экономика, медицина, бизнес, технологии и происшествия. В день публикуется по 16-27 сообщений. Рубрика «Люди» пополняется постоянно. Один материал за два, три дня. Рубрика «События» включает в себя от 2 до 6 материалов в сутки. Рубрика «Проекты» в месяц наполняется от 2 до 8 раз. Также есть «Тесты», которые в месяц публикуют 1-3 раза. В них можно проверить на сколько хорошо ты знаешь город, об управляющей компании, театрах и т.д.

Жанры: в разделе «Люди» огромное количество материалов посвящено выдающимся людям области. Регулярно, три раза в неделю появляются огромные портретные интервью и портретные очерки, относящиеся к художественно-публицистическим жанрам. Много мультимедийных историй, которые зачастую публикуются в рубрике «Путешествия» 3-5 раз в месяц. Иногда в форме интервью, иногда зарисовки, иногда это путевые

очерки. На портале огромное количество аналитических материалов, в день по два текста. Это и аналитические корреспонденции, и отчеты, и статьи.

«SGPRESS» - это информационное общественное сетевое издание, с большим разнообразием жанров.

*Типологический анализ издания «Большая деревня»*

«Большая Деревня» о себе: «Из хипстерского издания мы стали большим порталом, который рассказывает обо всем самом интересном, что происходит в городе. Мы, рядовые жители Самары, любим ее — не за, а вопреки. И нам хочется, чтобы вы увидели город нашими искренними и немного бесстыжими глазами». Издатель: на сайте не указана информация об учредителях.

Цель издания: не только информировать жителей города о событиях, но и развлекать их.

Аудитория: Сама редакция обозначает аудиторию так: «Все, кому интересна жизнь города», поскольку они пишут о Самарских гражданах и истории Самары. Однако на деле - это преимущественно самарская молодежь, поскольку язык издания молодой, ироничный и с наличием современного сленга.

Внутренняя структура издания: Рубрики на портале представлены следующие: «Новости», «Город и герои», «Стиль жизни», «Еда», «Карьера». Новостям в сутки посвящается в среднем по 8- 10 материалов. Несмотря на развлекательный формат, портал всегда пишет о наиболее важных политических и экономических событиях в этой рубрике. «Городу и героям» по одному материалу в 3-7 дней. Стилю жизни редакция отводит 1-3 материала в сутки. Еде и карьере по одному материалу в один, два дня.

Жанры: Это издание, которое состоит практически из огромных художественно-публицистических материалов. Очень много историй, интервью, зарисовок, фоторепортажей, мультимедийных историй, советов, опросов. Они встречаются по несколько примеров ежедневно. Больших аналитических материалов на портале нет, политических темам посвящены

максимум расширенные заметки с постановкой проблемы. Однако программа выхода всегда имеется.

«Большая деревня» - это информационно-развлекательный тип издания, ориентирован на молодую аудиторию.

После анализа каждого издания можно сделать общий вывод. Все проанализированные интернет-СМИ по своему контенту относятся к информационным изданиям, имеют постоянную активную новостную ленту. Материалы, публикующиеся на их страницах, затрагивают непосредственно местную повестку дня. Все издания политематические. Они пишут и про политику, и про экономику, образование, науку, спорт и т.д.

Аудитория у всех изданий разная, однако имеет общие черты – это жители области, либо отдельного города – только Самары или только Тольятти.

Типологический анализ показал, что выбранные порталы не ограничиваются только информационными сообщениями, которые в своем количестве преобладают. На страницах каждого издания присутствуют материалы, относящиеся к оперативно-исследовательским (постановочная корреспонденция), художественно-публицистическим жанрам (интервью, очерк, зарисовка), либо коммунистки (колонка).

Следовательно, эти издания потенциально способны не только освещать события, связанные с людьми с ОВЗ и проблемы создания инклюзивной среды, но также могут формировать образ человека с ОВЗ как полноценного члена общества, способствовать их социализации.

### 2.3 Семантическая, синтаксическая и прагматическая характеристика журналистских текстов, освещающих жизнедеятельность людей с ОВЗ в интернет-СМИ Самарской области

После типологического анализа интернет-изданий нами были проанализированы материалы, которые были опубликованы в период с августа по декабрь 2018 года и в которых так или иначе была затронута тема жизнедеятельности людей с ОВЗ. Всего получилось 45 материалов.

Первый пункт анализа включает определение темы публикаций. *Тема журналистского произведения* отвечает на социальный заказ. Он может быть обусловлен либо редакционным заданием, либо потребностями массовой аудитории или социальных групп. Можно составить формулу: Тема = факт + проблема.

Наибольшее количество публикаций посвящено политической теме. Таких материалов всего 17 за выбранный временной отрезок. Между собой их можно разделить еще на несколько направлений. Наибольший интерес журналистов вызывают изменения в федеральном законодательстве. Например, отказ от слова «Инвалид» в официальных документах. Этому факту посвятили материалы два электронных издания – «SGPRESS.RU» 26.09.2018 и «Большая деревня» 10.09.2018. Приказ минтруда России о порядке выдачи автомобильного опознавательного знака «Инвалид» отражен в материале TLT.RU за 27.09.2018. Изменениям в налоговом кодексе, касающиеся льготников и материального капитала в отношении использования средств детей-инвалидов, не достигших совершеннолетия посвящены материалы интернет-порталов «ВолгаНьюс» 28.11.2018 и «МК.RU (Московский Комсомолец)» 6.11.2018. Далее следуют материалы, посвященные выигранным Грантам Президента РФ. Они опубликованы на сайте «ВолгаНьюс» за 6.11.2018 и 20.11.2018.

Следом идут материалы, затрагивающие работу местной администрации. Так причиной написания журналистских материалов стали выездные заседания, круглые столы и деловые встречи, касающиеся обсуждения вопросов, связанных с инвалидностью и проблемами вследствие ее получения. На встречах также обсуждались вопросы получения правовой помощи. Материалы по этой теме можно увидеть на странице Интернет-

ресурса «ВолгаНьюс» за 14.11.2018, 12.11.2018 и 20.11.2018, а также на сайтах «SAMRU.RU» за 10 октября 2018 и за 22 октября 2018, в «Новостном портале Самара» за 6 ноября 2018 года и «TLT.TU» за 11 октября 2019. Отчету о проделанной работе администрации посвящен большой материал на портале «ВолгаНьюс» за 12.11.2018. Также актуальны в СМИ проведенные проверки администрацией. Например, на наличие специальных возможностей на официальных сайтах госучреждений для людей со слабым зрением и проверки о своевременных выплатах заработной платы людям с инвалидностью. Эти материалы опубликованы на сайтах «ВолгаНьюс» 28.09.2018 и «CityTraffic.ru» за 12 октября 2018 года.

В процентном соотношении федеральные и региональные новости представлены на диаграмме 7:



Диаграмма 7 – соотношение федеральных и региональных новостей

Далее по популярности идет тема, затрагивающая доступную городскую среду. Ей посвящено в целом 8 журналистских публикаций. Это материалы, посвященные установке специальных подъемных средств для инвалидов-колясочников в общественных местах и государственных учреждениях. Так, например, информационный портал «TLT.RU» 19 августа 2018 года написал об оснащении тольяттинских поликлиник специальными пандусами и туалетами с учетом потребностей маломобильных групп. А 3 октября «Новостной портал Самара» написал об установке пандусов у метро в Самаре и у аптечного пункта. Один материал посвящен открытию

многофункционального центра, данная тема которого затронута в журналистском произведении «PROGORODSAMARA.RU» 31.10.2018 года. О новом перевозчике для людей на инвалидных колясках сообщил «CityTraffic.ru» 10 сентября. Осветили в СМИ и общественные транспорты, которые будут доступны для людей с инвалидностью. Их также оснастят специальными подъемниками. Такую информацию опубликовал «АиФ Самара» 29.11.2018 года. Объединению трех районов пешеходными дорожками, доступными для людей с ОВЗ отдан один материал, опубликованный в электронном издании «TLT.RU» 30 августа.

Еще одной обсуждаемой темой стало появление специального мобильного приложения для людей с инвалидностью. Название его «Социальный навигатор». Создан он с целью упрощения получения государственных услуг для маломобильных граждан. Материал опубликован на сайте «ВолгаНьюс» 3 ноября 2018.

К теме доступной городской среды решено было отнести и материал, посвященный ярмарке вакансий для людей с инвалидностью. Мероприятие дает возможность получить необходимые сведения и устроиться на работу людям, которым тяжело выйти из дома. Он опубликован на сайте «SAMRU.RU» 19.09.2018 года.

Третье место разделили между собой темы, касающиеся происшествий и досуга. Начнем с приятного. За выбранный период времени материалов на данную тему получилось 6 из 45. В этом блоке объединены материалы, рассказывающие о городских мероприятиях. Например, «Чемпионат профессионального мастерства». Он проходил в два этапа: региональный и всероссийский. Каждую ступень освещали в СМИ. Материалы на данную тему можно увидеть на сайтах «ВолгаНьюс» за 6.11.2018 и 26.11.2018. Сюда же относятся и театральные постановки, в которых режиссером и актерами выступили люди с ограниченными возможностями. Этот материал опубликован на сайте «МК.RU(Московский Комсомолец)» 10.11.2018. Большой материал посвящен художественной выставке, автором работ

которой является девушка с ОВЗ. Материал принадлежит «ВолгаНьюс» и опубликован 15.11.2018 года. Далее идет материал, рассказывающий о Самарском «Инклюзивном бале», в котором принимают участие как люди с ОВЗ, так и без ограничений по здоровью. Материал из «НИАСам» за 30.11.18. И не менее приятный конкурс для родителей детей с инвалидностью – «Наше чудо», тема которой звучит так - «Особенные дети». Праздничное награждение и ценные призы для родителей и детей. Материал «TLT.RU» за 1 декабря 2018 года.

Происшествиям посвящено 6 материалов из 45. Они носят разный характер. От затопления квартиры, где требуется помощь коммунальных компаний, как, например, в материале «PROGORODSAMARA.RU» за 12.10.2018. До уголовных дел: краж, убийств и ножевых ранений. В материале издания «Комсомольская Правда Самара» за 11.11.2018 и «TLT.GOROD.ru» за 12.11.18 рассказывается о смерти ребенка-инвалида и его матери, которые намерено по желанию родительницы выпали из окна. О краже, которую совершила женщина, ухаживающая за мужчиной в инвалидном кресле, написали в издании «АиФ Самара» 12.11.2018. О ножевом ранении, который нанес своей сожительнице мужчина – инвалид II группы, рассказало 14 ноября издание «CityTraffic.ru». Крайний материал посвящен краже человека-инвалида, с целью попрошайничества на улице. Об этом написал «TLT.GOROD.ru» 27 ноября 2018 года.

Теме спорта и спортивным мероприятиям или соревнованиям посвящено 4 журналистских материала. Первый материал пропагандирует здоровый образ жизни и рассказывает об общественном спортивном мероприятии, который посетили люди с инвалидностью. Он опубликован на портале «АиФ Самара» 10.09.2018. Для детей открывается новая секция по теннису, ориентированная на детей с ограниченными возможностями здоровья. «Спорт для всех» опубликован на сайте «Новости Тольятти» 20.09.2018. Об областном кубке по бочке среди лиц с ПОДА написали 26 сентября «63.RU Самара онлайн». Участие в нем приняли 22 колясочника. И

о соревнования с использованием нейротехнологий "Нейротлон" осветил 11 ноября «CityTraffic.ru».

И также 4 материала посвящены теме благотворительности – благотворительным мероприятиям, вырученные средства с которых пойдут на лечение и помощь детям с ОВЗ. Здесь материалы разделяются на два вида. Либо весь материал – это прямой призыв к помощи, в котором сразу публикуют номер карты и историю человека. Либо это рассказа о мероприятии средства с которого могут помочь. Один из таких анонсов опубликован в «PROGORODSAMARA.RU» 17.09.2018 и называется «Пять самарских топ-менеджеров разыграют благотворительный спектакль». О сборе средств для Андрея Кузьмина говорится в материале «Тольяттинцы собирают «Добрые крышечки» для Андрюши», опубликованном на сайте «TLT.RU» 31 августа 2018 года. О благотворительном фестивале «Цветик-семицветик», организованного для подопечных Центра развития детей с ограниченными возможностями "Жемчужинка" сказано на портале «ВолгаНьюс» 22 ноября и в «PROGORODSAMARA.RU» за 23 ноября 2018.

В виде графика всю вышеперечисленную информацию можно проиллюстрировать диаграммой 8:



Диаграмма 8 – палитра тем

Содержание включает в себя сумму темы и идеи. Поэтому следующий пункт анализа материалов заключался в определении идеи публикаций.

*Идея* – главная мысль, заключенная в тексте. Она является результатом тщательного изучения автором какого-то конкретного жизненного обстоятельства. Неверно выбранная идея может стать непреодолимым препятствием при вынесении правильных суждений. Отчего читатели могут ошибочно трактовать информацию, полученную через каналы массовой информации.

Опорная идея «способствовать социализации людям с ОВЗ» прослеживается в материалах о благотворительных концертах, выставках, изменении терминологии в законодательстве и т.д. Количество материалов с данной опорной идеей – 14 из 45. В пяти из них отсутствуют гаранты. Данная проблема обнаруживается в новостных заметках небольшого объема. Журналистские произведения, рассказывающие о прошедшем событии, имеют полноценную рабочую идею.

Например, так сделано в материале о благотворительном фестивале «Цветик-семицветик»<sup>1</sup>. Цель материала – провести благотворительный фестиваль для детей с ограниченными возможностями здоровья. Средства – участие развлекательного аттракциона "Фотобудка с Кнопкой", аквагрима для детей от Студии художественного творчества "Морозко", спектакля "Музыкальное путешествие" от Театра очень юного зрителя. Исполнители – организаторы фестиваля. Гарантом выступил духовно-просветительский Центр «Кириллица». Рабочая идея вследствие анализа такова – благодаря средствам Центра «Кириллица» провести благотворительный фестиваль для детей с ограниченными возможностями здоровья. Однако рабочая идея противоречит опорной. Получается, что мероприятие организовано только для детей с ограниченными возможностями. Здоровых детей там не будет. И мы вновь сталкиваемся с отношением к инвалидам, как отдельной категории

---

<sup>1</sup>В Самаре пройдет благотворительный фестиваль "Цветик-семицветик" // Информационный портал ВолгаНьюс : официальный сайт. URL: <http://volga.news/article/489924.html> (дата обращения 20.02.19).

граждан. Этого можно было избежать, если бы фестиваль был открыт для всех, тем самым они могли бы взаимодействовать между собой. Примеров, где мероприятия организованы только для людей с ОВЗ в проанализированных текстах достаточно.

Или, например, материал о ярмарке вакансий для людей с инвалидностью<sup>1</sup>. Цель мероприятия – трудоустройство маломобильных граждан региона. Средства – проведение ярмарки вакансий, где будут представлены работодатели со своими проектами. Исполнители – 15 предприятий Самары и Волжского района. Гаранты – сотрудники Центра занятости. Рабочая идея прописана прямо в тексте: «все желающие смогут получить индивидуальные консультации специалистов Центра по вопросам профориентации, профобучения, переобучения и участия в специальных программах занятости». Рабочая идея такого материала не противоречит опорной, поскольку работать люди с ОВЗ будут при трудоустройстве вместе с другими гражданами, не имеющими инвалидность.

Опорная идея «помочь конкретным делом людям с инвалидностью» принадлежит восьми материалам. Например, публикации о театральной постановке<sup>2</sup>. Здесь опорная идея прописана в тексте: «их желание что-то отдать зрителю — это очень интересно и важно». Цель материала – сбор средств на приобретение медикаментов и перевязочных средств для детей-бабочек. Средства – проведение благотворительного спектакля. Исполнители пять самарских топ-менеджеров. И гаранты – это БФ «Личное участие». Вследствие этого можно сделать вывод, что рабочая идея заключается в приобретении медикаментов для детей бабочек из средств, собранных на благотворительном спектакле, который исполняют топ-менеджеры через благотворительный фонд "Личное участие". Однако в тексте отсутствует информация о тех, кому конкретно будут собраны средства, сказано только о

---

<sup>1</sup>В Самаре состоится ярмарка вакансий для людей с инвалидностью // Новости Самары : официальный сайт. URL: [https://www.samru.ru/society/novosti\\_samara/108689.html](https://www.samru.ru/society/novosti_samara/108689.html) (дата обращения 20.02.19).

<sup>2</sup>Пять самарских топ-менеджеров разыграют благотворительный спектакль // ProGorodSamara.Ru : официальный сайт. URL: <http://progorodsamara.ru/news/view/203963> (дата обращения 20.02.19).

диагнозе детей. В этом материале также нет противоречия между опорной и рабочей идеями. Помочь конкретным делом – провести спектакль.

Такая же опорная идея прослеживается и в материале сайта «TLT.ru», который рассказывает о сборе крышечек для Андрюши<sup>1</sup>. Цель материала заключается в сборе крышек, которые помогут в проведении операции. Средства – установление специальных контейнеров, куда можно приносить крышки: «На пунктах приема Вы можете получить сертификат участника Акции». Исполнители – все равнодушные и желающие помочь жители города. Информация о гарантах отсутствует. Кто является организатором акции не понятно. Из этого следует, что рабочая идея звучит так - «собрать крышечки, которые помогут в проведении операции и в последствие реабилитации мальчика». Как именно это может помочь не сказано, однако можно сказать, что рабочая идея не противоречит опорной, поскольку акция направлена конкретно на оказание помощи.

Опорная идея – помочь – прослеживается и в материале о затоплении квартиры после дождей<sup>2</sup>. Цель материала - вернуть квартиру в первоначальное «сухое» состояние: «Главная просьба жителей – привести в равновесие уровень асфальта». Средства – обращение в управляющую компанию и коммунальные службы. Исполнители – это коммунальные и аварийные службы. Гаранты – это прокуратура. Но в тексте информации о гарантах нет. Потому что «после проведенных проверок, ситуация остается без изменений». Так как в тексте не сказано про прокуратуру, куда необходимо обращаться далее, получается, что рабочая идея – это проведение дополнительных проверок и обращение в различные инстанции. В связи с тем, что журналист просто транслирует в своем материале факт действительности, а не обращается сам за помощью и не приводит ситуацию в надлежащее состояние, можно сказать, что опорная идея не

---

<sup>1</sup>Тольяттинцы собирают «Добрые крышечки» для Андрюши // TLT.RU : официальный сайт. URL: <https://tlt.ru/city/tolyattincy-sobirayut-dobrye-kryshechki-dlya-andryushi/2105983/> (дата обращения 20.02.19).

<sup>2</sup>В Самаре квартиру инвалида затапливает дождевой водой // ProGorodSamara.Ru : официальный сайт. URL: <http://progorodsamara.ru/news/view/204599> (дата обращения 20.02.19).

взаимодействует с рабочей. Автор не показывает полноценную программу выхода, а лишь пишет об обращениях жителей дома в специальные службы.

Такая же опорная идея и в материале, посвященном созданию специального мобильного приложения. Цель материала – облегчить путь получения информации для людей с ОВЗ. Она прописана прямо в тексте: «Сервис будет снабжен встроенным голосовым помощником, а еще там можно будет рассчитать размер пособий и узнать о полагающихся выплатах в разных жизненных ситуациях»<sup>1</sup>. Средства – создание мобильного приложения. Исполнители - сервис "Социальный пин". Гаранты отсутствуют. Рабочая идея – создать приложение «Социальный навигатор», которая упростит процедуру получения информации для людей с инвалидностью. Рабочая идея — это путь к достижению опорной, в материале нет никакого противоречия между ними.

Следующие материалы можно объединить общей опорной идеей, которая звучит так «Вся административная работа должна проводиться по закону». Это контроль проделанной работы, посвященной жизнедеятельности людей с ОВЗ. Таких материалов в общей сложности семь. В двух отсутствуют исполнители. В трех средства.

Например, один из таких материалов посвящен зарплатам для инвалидов<sup>2</sup>. Опорная идея – проверка выплаты заработной платы людям с инвалидностью Министерством Самарской области. Цель материала заключается в донесении информации о том, что Министерство промышленности и технологий потратило 12,9 млн рублей для выплаты зарплаты инвалидам. Исполнители - Министерство промышленности и технологий Самарской области. Информация о средствах и гарантах в тексте отсутствует вовсе. Зато есть данные о том, что министерство промышленности по закону к этому делу не имеет никакого отношения. А

---

<sup>1</sup>Для инвалидов в регионе разработаны специальные мобильные приложения // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/488356.html> (дата обращения 20.02.19).

<sup>2</sup>Министерство промышленности и технологий Самарской области потратило 12,9 млн рублей для выплаты зарплаты инвалидам // Сититрафик : официальный сайт. URL: <https://citytraffic.ru/news/full/39822> (дата обращения 20.02.19).

кто вместо них должен заниматься выплатой средств - не сказано. Рабочая идея из полученной информации не формируется. В тексте она отсутствует вовсе.

Тоже самое происходит в материале о выигранных грантах, где автор пишет об определённой сумме, выделенной на социальные нужды<sup>1</sup>. Опорная идея заключается в развитии гражданского общества в России посредством конкурса. Цель материала – выиграть как можно больше грантов для Самарской области. Средства – создание собственного социального проекта и участие в конкурсе грантов. Исполнители – президент РФ и координационный комитет. Гаранты – это социальные организации, направленные на маломобильных граждан, которые выиграли гранты. О них есть только общая информация - это 51 проект, а как именно и между кем распределили средства информации нет. Получается, что рабочая идея – это контроль распределённых выигранных средств между организациями, непонятно каким образом и непонятно в каком количестве. В связи с этим вопросов к рабочей идее возникает масса. Опорная идея «Все по закону» не подкрепляется рабочей, которая только констатирует факт, что деньги распределены.

Далее идут 5 материалов, которые объединяет доступная городская среда. Опорная идея таких текстов – «общественные места доступны всем гражданам без исключения». В трех материалах отсутствуют гаранты в рабочей идее, в двух нет исполнителей и в одном не сказано об исполнителях и средствах. Дается общая характеристика, без каких-либо уточнений. Так, например, сделано в материале об открытии многофункционального центра<sup>2</sup>. Цель материала – открыть новый МФЦ, ориентированный на людей с ограниченными возможностями: «Это сделает получение государственных и муниципальных услуг для людей с

---

<sup>1</sup>Самарские общественники получают грантовую поддержку на 91 млн рублей // Волганьюс : официальный сайт. URL: <http://volga.news/article/488538.html> (дата обращения 20.02.19).

<sup>2</sup>Сегодня в Самаре откроется еще один многофункциональный центр госуслуг // ProGorodSamara.Ru : официальный сайт. URL: <http://progorodsamara.ru/news/view/203562> (дата обращения 20.02.19).

ограниченными возможностями здоровья максимально комфортным и доступным». Средства отсутствуют. Исполнители тоже. Гаранты – администрация г. Самары, которая следит за проделанной работой. Рабочая идея полноценно не может быть сформулирована, поскольку половины информации отсутствует в тексте. Следовательно, она строиться из идеи и звучит так – открыть МФЦ центр, который будет доступен для людей с инвалидностью. Получается, что рабочая идея - это шаг к достижению опорной идеи. В материале они сочетаются гармонично. Однако в некоторых материалах не хватает точного места, где конкретно будут проведены работы по установке пандуса.

Материалы с мировоззренческой позицией посвящены хроникальным сводкам. Модальность этих материалов позволяет говорить о том, что авторы призывают граждан быть осторожнее. Опорная идея таких произведений - «Жить в мире и согласии друг с другом».

Такая идея прослеживается в материале, посвященном краже в квартире мужчины-инвалида. Цель – наказать женщину-сиделку, которая идет по статье «Кража, совершенная группой лиц по предварительному сговору». Средства – заявление, поданное дочерью потерпевшего, показания самого отца, заведение уголовного дела. Исполнители – суд РФ. Гаранты - уголовный кодекс РФ. Из всего получается, что рабочая идея – осудить по закону обвиненную, чья вина доказана в ходе расследования. Рабочая идея немного трансформируется и отличается от опорной. Если опорная за мир во всем мире, та рабочая идет через закон. Те, кто не будет жить по закону и миру, будет наказан через суд. Не общественным мнением, а исполнительной властью.

Из проведенного анализа можно сказать, что рабочая идея формируется в тексте из 4 компонентов. Это цель, средства достижения, исполнители и гаранты. Анализ рабочей идеи показал отсутствие во многих текстов нескольких компонентов. В результате чего рабочая идея в материалах раскрывается неполно.

При этом журналистские публикации разделились на три части. Первая включает те материалы, в тексте которых можно выделить рабочую идею. Авторы таких публикаций показывают не только существующую проблему, но и программу выхода из нее. Например, материал о получении новых дорожных знаков, о затопленной квартире, в которой проживает инвалид или материал о новых видах социальной помощи.

Вторая часть – это публикации, в которых сделан акцент на инвалидности и идет воздействие на чувства и эмоции читателей, взывая к жалости. Так сделано, например, в материалах, посвященным спортивным соревнованиям или благотворительным спектаклям.

У остальных же рабочая идея отсутствует вовсе. Авторы таких материалов, просто констатируют факт действительности, что возможно определено спецификой новостных оперативных жанров. Взаимодействие опорной и рабочей идеи, как объект анализа, можно было определить только в части материалов.

Проблемно-тематическая направленность текста определяется осмыслением автора выбранного *объекта* действительности. В связи с этим перейдем к следующему пункту анализа. Сразу будем обозначать и *предмет* отражения в журналистском тексте, так как объект и предмет неразрывно связаны.

Проанализированные материалы по объекту журналистского внимания можно разделить на группы: создание инклюзивной среды, формирование законодательной базы, деятельность благотворительных организаций и их мероприятия.

К первой группе относятся материалы, рассматривающие аспекты создания доступной для инвалидов среды. Они касаются общественных мест и учреждений. Получается, что объектом отражения служат доступность для людей с ОВЗ поликлиник, больниц, отделений МФЦ, станции метро и аптеки. Предмет отражения – это конкретизация объекта, разработка необходимых мероприятий и устройств для создания доступа людей с

ограниченными возможностями к этим объектам. В данных материалах в центре внимания оснащение пандусами мест общего пользования, специальными устройствами, реконструкция зданий и т.д.

К этой группе относятся и материалы про общественный транспорт. Объект – создание доступности общественного транспорта для людей с ОВЗ, позволяющей им быть мобильными. Предмет – оснащение транспорта специальным подъемным устройством. Например, материал про городское такси для людей с инвалидностью. В материале «СитиТрафика» оно является объектом отражения. Предметом служит изменения в работе фирмы, которая с нового года будет заниматься транспортировкой инвалидов-колясочников. В материале дается информация о названии фирмы-подрядчика, адрес и номер телефона, по которому можно заказать такси. Тем самым разрешается проблема не информированности аудитории.

Следующая группа журналистских произведений посвящена городским благотворительным мероприятиям. Например, объектом материала, опубликованного на портале «ВолгаНьюс» «В выставочном зале губдумы откроется выставка "Жажда жизни. Вопреки всему"»<sup>1</sup> является художественная выставка. Предметом отражения в тексте является автор работ Наталья Дорошева и ее диагноз: «Наталья перенесла тяжелый инсульт. Когда очнулась, не могла ни говорить, ни двигаться». О работах написано пару строк, что немного противоречит заданной теме в названии произведения. Материал вполне мог бы способствовать социализации в большей степени, если бы инвалидности автор уделил меньше внимания, а в качестве предмета отражения в тексте выступили художественные достоинства работ, которые будут представлены на выставке и творческий взгляд на действительность автора.

---

<sup>1</sup>В выставочном зале губдумы откроется выставка "Жажда жизни. Вопреки всему" // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/489415.html> (дата обращения 26.02.19).

Объектом следующего материала является параолимпийские соревнования, прошедшие в Самаре<sup>1</sup>. В материале автор рассказывает об открытом кубке по бочке среди лиц с ПОДА. Предметом же выступает денежный сертификат, который вручил Мегафон на развитие параолимпийского спорта в регионе на этих соревнованиях. Об этом информация в тексте дается вначале и в конце материала. Само мероприятие уходит на второй план, также, как и спортсмены. Складывается ощущение, что материал имеет рекламную цель или является заказным. Предмет и объект в тексте не совпадают.

В группу материалов, где в фокусе внимания законодательство, касающееся людей с ОВЗ как федерального, так и регионального уровня. Например, материалы, посвященные заседаниям правительства. Так объектом материала с портала «ВолгаНьюс» является расширенное заседание правительства Самарской области под председательством губернатора Дмитрия Азарова. Предметом отображения служат меры социальной поддержки различных категорий населения. Здесь никакого противоречия между объектом и предметом нет. А вот в материале о совещании губернатора и представителей НКО, победившими в конкурсе президентских грантов, имеется. Объектом отражения в тексте выступает сама встреча, а вот предметом отображения служит отчет представителей НКО о своей деятельности. Непонятно на какую конкретно деятельность пойдут выигранные гранты, и что конкретно делают организации: «Перед нами стоит очень ответственная миссия - научить молодые некоммерческие организации, которые хотят заниматься инклюзией, работать эффективно»<sup>2</sup>.

Объектом следующего материала является процедура получения государственных услуг инвалидами. Предметом служит разработка проекта Федерального закона о внесении изменений в статью 51 ФЗ. Тем самым

---

<sup>1</sup>МегаФон вручил сертификат на 500 000 рублей на развитие областного паралимпийского спорта // 63.ru : официальный сайт. URL: <https://63.ru/text/gorod/65430581/> (дата обращения 26.02.19).

<sup>2</sup>Дмитрий Азаров встретился с представителями НКО, победившими в конкурсе президентских грантов // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/489770.html> (дата обращения 26.02.19).

решается проблема с трудоемкой бумажной волокитой. Предмет и объект в тексте гармонично взаимодействуют друг с другом и не противоречат общей идеи текста.

Следующий материал-анонс приглашает на встречу с представителями различных учреждений города родителей детей с инвалидностью. Объектом отражения является круглый стол для родителей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья. Предмет – тема мероприятия, обсуждаемые вопросы, касающиеся инвалидности. Однако информация о том, какие учреждения будут представлены, и что конкретно будет обсуждаться, отсутствует. Из чего можно сделать вывод, что предмет отражения в тексте не раскрыт.

Таким образом, можно сказать что в анализируемых материалах, иногда наблюдается не соответствие объекта и предмета. Трансформация происходит в материалах, посвященным благотворительным мероприятиям и организациям. В таких публикациях объект говорит об одном, а предмет отражения о другом. Происходит эффект неоправданных ожиданий. В некоторых материалах выделение предмета отражения становится практически невозможным, поскольку в одном тексте смешивается много различной, не конструированной информации. Материалы, в которых объект и предмет сочетаются и не противоречат друг другу чаще всего посвящены законодательству и созданию доступной среды.

Следующим этапом анализа стало выявление *глубины разработки темы*. Журналисту, который в своей публикации ставит ту или иную проблему, необходимо выявить причины ее возникновения, описать последствия, показать пути ее решения, то есть обозначать программу выхода. Из проанализированных материалов только в 11 журналистских произведений глубина разработки темы максимальна.

Например, материал из портала «TLTGOROD», рассказывающий о матери и ребенке-инвалиде, выпавших из окна многоэтажного дома<sup>1</sup>. Материал информационного жанра, по объему небольшой. Однако в нем максимально разработана тема. Имеется информация о том, где это произошло, во сколько и какого числа. Далее автор пишет о свидетелях, вставляет в текст их комментарии. В них автор пытается узнать подробности, и такая информация дает понять, что автор был на месте происшествия и провел свое исследование. Следом журналист приводит комментарии соседей, через которые пытается показать причины случившегося: «Она жила без мужа, не роптала не ругалась», «Молодая, симпатичная, скромная, видать устала тянуть на себе все». Обозначает в тексте официальную позицию следствия и подробно о том, чем сейчас оно занимается. Указывает номер телефона, по которому можно позвонить, если у кого-то имеется информация о случившемся.

Максимально тема разработана и в материале о соцработниках, которых будут стимулировать работать премиями<sup>2</sup>. В начале материала говорится о заседании регионального правительства, на котором был «одобрен законопроект "Об отдельных работниках организаций социального обслуживания Самарской области"». Автор рассказывает о новом принятом законопроекте, который предполагает установление стимулирующих мер в отношении соцработников. Далее говорит о причинах появления данного решения – «в текущем году было заявлено о кадровом голоде в этой сфере». Следом автор подробно рассказывает о самом законопроекте, подкрепляя цитатами выступающих. Дает информацию о кадровом состоянии на сегодняшний момент в социальных учреждениях и приводит сравнительный анализ с тем, как ситуация изменится в связи с принятым законом. Это информация о последствиях принятого решения. Данный материал

---

<sup>1</sup>Она не выдержала // TLTГород : официальный сайт. URL: <http://tltgorod.ru/news/theme-29/news-94440/> (дата обращения 27.02.19).

<sup>2</sup>Самарских соцработников будут стимулировать званиями и надбавками // Самара.ру : официальный сайт. URL: [https://www.samru.ru/society/novosti\\_samara/109125.html](https://www.samru.ru/society/novosti_samara/109125.html) (дата обращения 26.02.19).

единственный, который разработан максимально из всех, что пишут о законодательной деятельности. В других текстах нет даже постановки проблемы: «В соответствии с приказом минтруда России с сентября новый специальный знак для автомобилей “Инвалид” можно будет получить только в бюро медико-социальной экспертизы»<sup>1</sup>. Нет никакой информации о том, почему знак изъят из свободной продажи, чем он отличается от старого и какие причины того, что его необходимо было поменять.

Не разработана тема и в материалах с заседаний администрации города. Журналисты прибегают к жанру постановочный отчет. Обозначают проблему, а дальше представляют цитаты выступающих, которые обсуждают эту проблему. Варианты решения предложены разные, но что конкретно будет сделано авторы не говорят. В результате имеется проблема, иногда четкое обозначение ее появления – причины. А вот программа выхода отсутствует вовсе. В качестве примера, где автор не углублялся в тему, можно привести материал о выездном приеме граждан, на котором присутствовали родители детей-инвалидов<sup>2</sup>. Из текста сразу видно, что автор мероприятие не посещал. Информация о причинах появления собрания отсутствует. Какие вопросы волнуют родителей детей-инвалидов автор не говорит, следовательно, программы выхода из них никак не обозначена. Нет также и последствий обозначенных проблем, которые необходимо срочно решать. В этом случае можно было написать большой аналитический материал, который был бы полезен тем родителям, которые не попали на мероприятие.

Еще больше вопросов вызывает материал, который претендует на оперативно-исследовательский жанр по своему изложению. Это постановочная корреспонденция о затопливаемой квартире в Самаре<sup>3</sup>. После

---

<sup>1</sup>Знак «Инвалид» изъят из свободной продажи // Большая деревня : официальный сайт. URL: <https://bigvill.ru/news/2018/09/10/znak-invalid-izyat-iz-svobodnoj-prodazhi/> (дата обращения 26.02.19).

<sup>2</sup>В Отрядном пройдет прием по вопросам инвалидности детей // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/489041.html> (дата обращения 26.02.19).

<sup>3</sup>В Самаре квартиру инвалида затопливает дождевой водой // ProGorodSamara.Ru : официальный сайт. URL: <http://progorodsamara.ru/news/view/204599> (дата обращения 26.02.19).

проливных дождей в квартиру женщины-инвалида постоянно попадает вода. Информация о причинах появления проблемы имеется. Автор в материале описывает ситуацию и рассказывает, куда уже обращалась жительница. Однако от действий администрации ситуация не поменялась: «По замыслу проектировщиков, труба должна была отводить воду в ливневку, но первый же дождь показал, что пластиковая труба под асфальтом совершенно не работает». Следовательно, проблема остается актуальной, и ее необходимо решать. Последствия также понятны. Но на этом автор останавливается, добавляя, что редакция продолжит следить за развитием событий. Как журналист, автор не предпринял ни единой меры по решению ситуации. Не обратился в коммунальные и аварийный службы, не взял у них комментарий. Не присутствовал, когда приезжала проверка. В тексте только констатируется факт проблемы, а программы выхода нет. Что делать людям с такой же проблемой, в материале не говорится.

Встречаются примеры, в которых происходит подмена информации, обозначенной в лиде. Например, материал о соревнованиях с использованием нейротехнологий «Нейротлон». Автор говорит, что соревнования стали заключительным этапом IV конференции «Нейроинтерфейс: наука и практика». Подробно описывает экзоскелеты, нейрочаты, электронные протезы. Рассказывает о действии программы и о том, что этим занимаются Самарские клиники. Но информация, заявленная в лиде про соревнования, отсутствует в тексте полностью. Нет участников, победителей и судей. Об организаторах можно только догадываться исходя из имеющийся в тексте информации. В результате получается, что в лиде заявлена тема соревнований, в тексте ставится проблема использования в медицине нанотехнологий, однако ни одна тема не раскрывается полностью.

В качестве примера, где тема проработана максимально, можно привести материал о конкурсе рождественских историй<sup>1</sup>. Автор материала

---

<sup>1</sup>Конкурс рождественских историй для родителей, чьи дети имеют ограничения по здоровью // TLT.RU : официальный сайт. URL: <https://clck.ru/FZSbp> (дата обращения 26.02.19).

дает информацию о причинах появления конкурса: родители детей с инвалидностью должны быть отмечены, ведь они «смогли принять то, что ребенок имеет ограничения, не опустили руки, научились жить с этим, ведут активный образ жизни и, несмотря на болезнь своего ребенка, стали счастливыми». Имеется подробная информация для участников: дата проведения, география, почта и телефон организаторов. Автор пишет и о призах, которые получают победители. Рассказывает подробно как будет оцениваться работа. В небольшом информационном материале автор максимально проработал тему.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что разработана максимально тема в 11-ти материалах, при этом один из них относится к оперативно-исследовательским жанрам. В четырех текстах полностью отсутствуют причины появления отображенного факта, его последствия и программа выхода. Остальные 28 материалов разделяются по жанрам. В аналитических материалах отсутствует один либо два вышеуказанных пункта. В новостных заметках отсутствует бэкграунд, обоснование актуальности – причины, комментарий. В результате делается вывод, что темы разработаны в большинстве материалов поверхностно. Публикации, обозначающие проблемы, ограничиваются ее констатацией и скорее выполняют информационную задачу.

Перейдем к *жанровому* анализу. Три журналистских публикации написаны в жанре «хроникальной заметки» и относятся к новостной группе жанров. Такие тексты имеют только новостное ядро. Это, например, материал с портала «ВолгаНьюс», посвященный мероприятиям, приуроченным к Всероссийскому дню оказания правовой помощи детям<sup>1</sup>. В материале присутствует одна новость – 20 ноября прокурорские работники выступят на 70 площадках региона с целью оказания правовой помощи несовершеннолетним детям-сиротам и детям с инвалидностью: «Основными

---

<sup>1</sup>Сотрудники прокуратуры окажут правовую помощь детям // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/489659.html> (дата обращения 26.02.19).

площадками проведения станут центры социального обслуживания населения и реабилитационные центры». Материал не содержит подробностей и комментариев. Вторая хроникальная заметка посвящена выездному собранию, и еще одна рассказывает о ДТП.

Далее идут краткие заметки, которые имеют новостное ядро, цитату и контекст. Например, материал о новых автобусах. Сама новость в тексте выносится в название: «В Самаре на маршрут № 61 пустят два низкопольных автобуса»<sup>1</sup>. В лиде дается информация об актуальности данного маршрута у маломобильной группы населения. В первом абзаце автор пишет о совещании, на котором было решено запустить новые автобусы. Следом, как и полагается, комментарий: «“Поэтому в настоящее время особо остро стоит вопрос о выходе на линию низкопольных автобусов”, - отметила руководитель студии инклюзивного творчества Екатерина Сизова». И в конце автор расписывает подробно необходимость данного решения: «Самарцы неоднократно просили пустить на маршрут автобусы, адаптированные для маломобильных людей». Кратких заметок было выявлено 14 из 45.

В качестве примера развернутой заметки можно привести материал о новом приложении для маломобильных граждан в связи с изменениями в Фонде социального страхования<sup>2</sup>. Новость дается в названии: «Для инвалидов в регионе разработаны специальные мобильные приложения». Специфика оформления текстов портала «ВолгаНьюс» не включает в себя наличие лида, поэтому перейдем сразу к анализу текста. В первом абзаце автор говорит о предпосылках создания приложения: «Ранее этим занималось министерство социально-демографической и семейной политики. А теперь будет отвечать Фонд социального страхования (ФСС)». Это является бэкграундом текста. Следом даётся комментарий начальника отдела

---

<sup>1</sup>В Самаре на маршрут № 61 пустят два низкопольных автобуса // TLT.RU : официальный сайт. URL: <https://clck.ru/Fa2aJ> (дата обращения 26.02.19).

<sup>2</sup>Для инвалидов в регионе разработаны специальные мобильные приложения // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/488356.html> (дата обращения 26.02.19).

страхования профессиональных рисков Самарского регионального отделения ФСС Юлии Панченко и комментарий управляющего Самарского регионального отделения фонда социального страхования РФ Елены Кривошеевой. Далее автор подробно рассказывает о работе новой системы, после произошедших изменений. И в конце материала дает информацию о приложении, которое облегчит поиск информации о выплатах, пособиях, где можно скачать приложение, и как им пользоваться. Расширенных заметок 11 из всех проанализированных материалов.

Следующие журналистские публикации относятся к жанру информационный отчет – их два. Один из них о встрече Азарова с представителями НКО. Это материал с портала «ВолгаНьюс»<sup>1</sup>. Автор попытался передать хронологию событий с мероприятия. В лиде он пишет какого числа и что произошло. В первом абзаце информация о том, как начиналась встреча: «Открывая совещание, Дмитрий Азаров отметил, что в регионе институт НКО развивается достаточно активно». Следом дает общую информацию о ситуации на сегодняшний день, и как она изменилась с 2017 года. Далее автор последовательно рассказывает о выступающих. Первым зачитывал доклад руководитель "Инклюзивного клуба добровольцев" Алексей Транцев. В тексте присутствует его комментарий о работе, которую ведет организация на данный момент и уже достигнутых успехах. Следующая цитата приведена Анастасии Кнор, представлявшей проект "Том Соьер Фест". Затем о проекте "БлагоДарю" рассказала руководитель общественной организации "Свежий ветер" Юлия Копылова. Из всех представленных докладов, автор для отражения в тексте выбрал наиболее важные и активно обсуждаемые выступления. В хронологическом порядке расположил их в тексте, вставляя после каждого доклада цитату Азарова. Текст заканчивается исходя из заседания: «Завершая совещание, глава региона подчеркнул, что эта встреча не последняя».

---

<sup>1</sup>Дмитрий Азаров встретился с представителями НКО // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/489770.html> (дата обращения 26.02.19).

Последнюю группу материалов, относящихся к новостным жанрам, составляют семь корреспонденций. В части материалов имеются элементы аналитики, но в основном это материалы с культурных событий города или региона. Так, например, автор корреспонденции, опубликованной на сайте «ВолгаНьюс» рассказывает о чемпионате по профессиональному мастерству<sup>1</sup>. В лид вынесена информация о дате проведения чемпионата, месте и его организаторах. В самом тексте автор рассказывает о значимости данного соревнования. В качестве доказательства приводит цитату В.В. Путина: «Этот национальный чемпионат получил общественное признание тем, что способствует профессиональному росту и устройству на работу молодых людей с особыми возможностями». Через подбор автором цитат, деталей и фактов, отраженных в тексте, можно сделать вывод, что автор выражает положительную оценку мероприятия. Он с уважением пишет об участниках и организаторах мероприятия, модальность материала приятная и доброжелательная. Автор рассказывает сначала о торжественном открытии, затем о конкурсных площадках и компетенциях, в которых можно участвовать. Приводит цитаты самих участников и победителей чемпионата. А в конце дает информацию о следующем этапе соревнований: «Всем победителям в составе сборной команды области предстоит отстаивать профессионализм в Москве».

К оперативно-исследовательским жанрам принадлежат четыре постановочные корреспонденции и четыре аналитические статьи. Одна из них посвящена замене слова «инвалид» другим термином<sup>2</sup>. Сначала в тексте идет новость со ссылкой на источник информации, а затем объяснение цели этого действия: «Хотят заменить термином, в полной мере отражающим правозащитную модель госполитики в отношении людей с ограниченными возможностями». Следом автор говорит о исследовании Федерального бюро

---

<sup>1</sup>Стали известны победители чемпионата профессионального мастерства для людей с инвалидностью // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/488539.html> (дата обращения 26.02.19).

<sup>2</sup>Минтруд заменит «инвалидов» другим термином // TLT.RU : официальный сайт. URL: <https://tlt.ru/vlast/mintrud-zamenit-invalidov-drugim-terminom/2107372/> (дата обращения 28.02.19).

медико-социальной экспертизы. Приводит в качестве доказательства мнение общественных организаций инвалидов и решение Минтруда. В шестом абзаце автор дает комментарий директора института развития образования НИУ ВШЭ Ирины Абанкиной, и затрагивает тему социализации, которую расписывает в следующем абзаце: «Со смены формулировок необходимо начать изменение всей системы, отделяющей инвалидов от общества, считает эксперт». Одна из статей имеет элементы журналистского расследования, в котором автор прибегает к следующему методу сбора информации – общению с причастными к факту действительности людьми.

После анализа каждого материала можно сделать вывод, что в новостном жанре журналистики написано 37 материалов. Из них 3 хроникальные заметки, 14 кратких заметки, 11 расширенных заметки, два информационного отчета и 7 корреспонденций. К оперативно-исследовательским жанрам принадлежат 8 материалов. Четыре из которых аналитических статей и четыре постановочной корреспонденции.

*Наличие фактической информации* – следующий пункт анализа журналистских публикаций. Каждый вывод и суждение, представленные автором в тексте, обязательно должны быть аргументированы. Аргументация в свою очередь состоит из неоспоримых фактов, произошедших в жизни.

В проанализированных текстах много выводов, которые автор делает исключительно из собственного восприятия и оценки. Чаще всего они встречаются в новостных жанрах – заметках и корреспонденции. Например, так сделано в материале о спортивных соревнованиях по бочке среди лиц с ПОДА. Название материала, лид и первый абзац – все это факты. «МегаФон вручил сертификат на 500 000 рублей на развитие областного параолимпийского спорта», «Участие приняли 22 спортсмена», «Мероприятие прошло в рамках федерального проекта «МегаФон Бочке Орен» при поддержке Самарской Губернской думы», «На торжественной церемонии открытия оператор вручил денежный сертификат на развитие

параолимпийского спорта в регионе»<sup>1</sup>. Далее идет вывод: «Соревнования прошли в спортивном комплексе «Олимп», отвечающем современным требованиям доступной среды». Фактов, примеров того, что центр действительно удобен для людей с ОВЗ в тексте не представлено. Умозаключение автора строиться на его личной оценке.

В следующем примере аргументация выводов присутствует, однако она не убедительна. Текст начинается с вывода: «Настоящая детективная история со счастливым концом разыгралась на днях в Тольятти»<sup>2</sup>. Далее следует ряд фактических предложений, подтверждающих детективность произошедшего. «Двое неизвестных подошли к безногому мужчине, сидевшему в инвалидной коляске около своего дома на улице Тополиной», «Схватили его, усадили в иномарку и увезли в неизвестном направлении». Говорится, что сожительница была свидетелем ситуации, однако, отсутствует информация о том, почему женщина не вмешалась или не позвала на помощь сразу. Следом идет вывод: «В результате оперативно-розыскных мероприятий оперативники выяснили, что мужчина может находиться в Самаре». Не сказано в тексте, какие конкретно мероприятия были проведены, благодаря чему информация получена. Но следом информация подтверждается – мужчину нашли именно в этом городе, там же задержали обвиняемых. Их в тексте три, фамилия и имя сказаны только одного человека. «Подозреваемые частично признались в содеянном». Каким образом частично, в чем признались конкретно, не сказано.

Не аргументированность выводов мешает в материалах, посвященным законодательной теме, в результате чего отсутствует информация о датах создания, об исполнителях - организациях, о причинах тех или иных изменений. Часто говорится о качественных изменениях, после принятых решений, подменяя обобщениями факт действительности. Например, в

---

<sup>1</sup>МегаФон вручил сертификат на 500 000 рублей на развитие областного паралимпийского спорта // 63.ru : официальный сайт. URL: <https://63.ru/text/gorod/65430581/> (дата обращения 28.02.19).

<sup>2</sup>В Тольятти похитили безногую мужчину. Задержаны цыгане и молдаванин // TLTГород : официальный сайт. URL: <http://tltgorod.ru/news/theme-29/news-94926/> (дата обращения 28.02.19).

материале о соцработниках нет информации о том, кто предложил новый законопроект, сказано только, что его приняли. «Сегодня, 10 октября, на заседании регионального правительства был одобрен законопроект "Об отдельных работниках организаций социального обслуживания Самарской области"<sup>1</sup>. Следом идет очередная фактическая информация: «Законопроект теперь поступит на рассмотрение депутатам Губернской Думы». Сколько по времени будет длиться это процедура, автор не говорит. Еще один пробел информации выделяется в следующем абзаце. В мае было подписано постановление о том, что специалисты службы семьи и детства могут получать 100% надбавку к заработной плате. Ранее такая надбавка полагалась только соцработникам, работающим с пожилыми людьми и инвалидами. Однако нет информации, получают ли ее работники или нет. И с чем тогда связан дефицит кадров в данной отрасли. В результате чего, выводы остаются без аргументов, а заявленная тема – повышения уровня престижа остается не доказанной.

Аналитический материал на тему затопления квартиры пенсионерки, уже затронутый нами ранее, подтверждает тот факт, что информации в текстах не хватает. Как уже говорилось, автор не обратился ни в одну службу, материал строится только со слов жительницы, затапливаемой квартиры: «На момент публикации материала на место приезжала проверка, однако, по сообщениям жильцов, никаких существенных мер принято не было». Не хватает в тексте второй стороны, комментария служб и прокуратуры. Информации о том, как проводилась проверка квартиры, если ситуация остается без изменения и квартира все равно «тонет» из-за дождей. Автор не проработал тему вообще. В своем материале он делает единственный вывод: «После каждого сильного дождя жители оказываются буквально отрезанными от дороги», следом подтверждает информацию не своими исследованиями, а опять же комментарием женщины-инвалида:

---

<sup>1</sup>Самарских соцработников будут стимулировать званиями и надбавками // Самара.ру : официальный сайт. URL: [https://www.samru.ru/society/novosti\\_samara/109125.html](https://www.samru.ru/society/novosti_samara/109125.html) (дата обращения 28.02.19).

«Причина тому – разный уровень высоты между двором и тротуаром на улице Некрасовской». Аргументаций в тексте недостаточно, чтобы говорить о максимальном доказательстве каждого вывода.

Из всего вышеперечисленного можно подвести итог, что фактической информации достаточно только в небольших информационных материалах. В большинстве публикаций авторы делают выводы, опираясь не на факт действительности, а на собственные эмоции. В результате этого выводы остаются без аргументов. А заявленная автором тема остается нереализованной.

Рассмотрим *актуальность* журналистских произведений. Половина текстов публикуется в связи с прошедшими или грядущими событиями, опираясь на информационный повод. Остальная половина связана с реализацией проектов или изменениями в законодательстве.

Приведем примеры. Материал о ярмарке вакансий для людей с инвалидностью опубликован на сайте «СамРу.ру». Журналист рассказывает о том, что на мероприятии можно получить индивидуальные консультации специалистов Центра по вопросам профориентации, профобучения и переобучения. Это говорит о том, что актуальность в тексте автором доказана, так как люди с инвалидностью смогут устроиться на работу, переучиться на другую специальность и т.д. А работодатели смогут найти кадры, в которых нуждаются.

Еще один такой пример отражен в материале о чемпионате по профессиональному мастерству<sup>1</sup>. Где люди с ограниченными возможностями соревнуются между собой со всей страны. Материал пишет о результатах и победителях. Самарские работодатели смогут узнать о таких ценных профессиональных кадрах, а те в свою очередь заявить о себе.

---

<sup>1</sup>Стали известны победители чемпионата профессионального мастерства для людей с инвалидностью // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/488539.html> (дата обращения 28.02.19).

Актуальность доказана и в материале об электронном сайте санатория «Юность»<sup>1</sup>. В названии говорится следующее: «В Самаре у детского санатория требуют создать страничку для слабовидящих». В результате проверки было выявлено, что у сайта нет специальной возможности для слабовидящих людей. А это является нарушением закона. Отдельное окно со увеличительным шрифтом или шрифтом Брайля должно быть обязательно у всех интернет-ресурсов. В связи с этим текст является актуальным, поскольку нарушение замечено и требует исправления.

Актуальность обосновывается и в тексте, посвященном замене термина «Инвалид» в 181-ФЗ («О соцзащите инвалидов»), опубликованном в «TLT.ru». Сделано это с целью способствовать социализации людей с ОВЗ в общество. Автор говорит о результатах исследования Федерального бюро медико-социальной экспертизы и мнении общественных организаций инвалидов.

Актуальность поднятой темы обосновывается в тексте несколькими абзацами. Поскольку со смены формулировок необходимо начать изменение всей системы, отделяющей инвалидов от общества.

Имеются тексты, которые оперативно опубликованы, однако не имеют актуальности. Например, текст о круглом столе, посвященный встрече администрации и родителей-детей инвалидов. В материале нет информации о поднимаемых вопросах, проблемах, волнующих родителей, чьи дети зависимы от многих факторов. Не сказаны пути решения этих проблем. Поэтому информация о том, почему мероприятие состоялось, отсутствует. Следовательно, говорить об актуальности мы не можем. Читателю остается только догадываться, что могло обсуждаться на встрече.

Материал, рассказывающий о соревнованиях с использованием нейротехнологий «Нейротлон», из проанализированных материалов является самым оперативным. Однако в самом тексте нет обозначения актуальности.

---

<sup>1</sup>В Самаре у детского санатория требуют создать страничку для слабовидящих // Волганьюс : официальный сайт. URL: <https://volga.news/article/485297.html> (дата обращения 28.02.19).

Автор переходит от лида, в котором говорит о заключительном этапе IV конференции, к теме использования нейротехнологий. Автор описывает плюсы нанотехнологий, однако не дает информации о том, почему и как соревнования прошли в Самаре. Используются ли они в данный момент в медицине и конкретно в нашей области. Актуальность материала опирается исключительно на информационный повод.

От него зависят многие материалы, описывающие культурные мероприятия. Поскольку о важности социализации в таких текстах не говорится, делается вывод, что актуальность – это чисто информационный повод.

Доказана актуальность в материале об оснащении поликлиник. В тексте так и сказано: «Тольяттинские поликлиники ждут изменения. Две тольяттинских поликлиники № 3 и № 4 участвуют в проекте “Бережливая поликлиника”, который направлен, прежде всего, на создание комфортных условий для пациентов»<sup>1</sup>. Далее в тексте говорится о пандусах и туалетах, о специальных стойках, лифтах и т.д. Материал является актуальным, поскольку тема доступной среды важна всегда. Для людей с ОВЗ – это необходимая потребность.

После анализа актуальности можно сделать вывод, что практически во всех материалах актуальность доказана. Это либо необходимая доступная среда, либо изменения, связанные с улучшением жизнедеятельности людей, либо мероприятия, оказанные на помощь и спасение жизней. Присутствуют также публикации, в которых журналисты ограничиваются только лишь информационным поводом. В таких текстах принцип актуальности практически не реализуется, отчего внимание аудитории к ним снижается.

Рассмотрим последний пункт анализа – *аудиторию* материала. Выбранные журналистские тексты имеют следующие теги: «инвалид», «инвалидность», «люди с ограниченными возможностями», «соцполитика»,

---

<sup>1</sup>Тольяттинские поликлиники ждут изменения // TLT.RU : официальный сайт. URL: <https://tlt.ru/city/tolyattinskie-polikliniki-zhdut-izmeneniya/2105249/> (дата обращения 28.02.19).

«социальная помощь», «люди с ОВЗ». Реже «общество», «министерство социально-демографической политики СО» и далее по темам: «культура», «заседания», «прием граждан», «помощь», «акции» и т.д. В название материала авторы зачастую сразу выносят тему инвалидности, тем самым сокращая аудиторию. Это выглядит следующим образом: «В Отрадном пройдет прием по вопросам инвалидности детей», «Стали известны победители чемпионата профессионального мастерства для людей с инвалидностью», «Министерство промышленности и технологий Самарской области потратило 12,9 млн рублей для выплаты зарплаты инвалидов», «Минтруд заменит «инвалидов» другим термином», «В Самаре состоится ярмарка вакансий для людей с инвалидностью», «Получение инвалидами государственных услуг упростят» и т.д. В половине проанализированных материалах в названии присутствует слово «инвалид» в разных склонениях. Количество просмотров таких материалов меньше, чем у тех, которые не имеют изначальной подобной сегментации.

Получается, что материалы, посвященные изменениям в законодательстве, установки пандусов, анонсов открытых собраний, на которых будут обсуждаться вопросы инвалидности – это информация, касающаяся людей с ОВЗ, их родных, близких, знакомых. Такие материалы имеют узкую аудиторию, потому что дают адресную информацию для людей с инвалидностью.

Материалы, которые освещают общественные мероприятия, соревнования, фестивали, даже если участниками являлись только люди с ОВЗ, имеют сравнительно больше просмотров, чем описанные выше материалы. В таких текстах дается информация о том, что происходит в городе и области. Однако названия таких материалов имеют слова «Инвалид», «Люди с инвалидностью», что свидетельствует об узкой направленности материала.

В материалах о городских мероприятиях, в названии которых не говорится об инвалидности участников, просмотров больше на несколько

сотен. Например, «В Самаре пройдет благотворительный фестиваль "Цветик-семицветик"», «Студенты Самарской области завоевали пять медалей "Абилимпикса"», «Пять самарских топ-менеджеров разыграют благотворительный спектакль», «В выставочном зале губдумы откроется выставка "Жажда жизни. Вопреки всему"». Такие тексты ориентированы на массовую аудиторию, которая не сегментируется по состоянию здоровья, полу или возрасту. Это материалы для самой широкой аудитории.

Еще одна группа материалов, в названии которых нет «ограничителей», посвящена городским общественным темам. Например, «В Самаре на маршрут № 61 пустят два низкопольных автобуса». Тема транспорта общественная, она важна максимально широкой аудитории. Или еще один материал «Сотрудники прокуратуры окажут правовую помощь детям». Становится непонятно каким детям, требуется правовая помощь, и человек переходит по ссылке. Материал затрагивает не только детей с инвалидностью, а всей несовершеннолетних детей. А значит аудитория – это родители детей, не достигших 18-летнего возраста, а также их родных и близких.

В качестве еще одного примера приведем материал о президентских грантах, который звучит так: «Дмитрий Азаров встретился с представителями НКО, победившими в конкурсе президентских грантов». У публикации более 4 тысяч просмотров. Для сравнения, проанализированные материалы имеют от 500 до 4,5 тысяч. После прочтения данного материала становится понятно, что организации, получившие средства, сотрудничают не только с людьми с инвалидностью, но и с сиротами, многодетными семьями, малоимущими и нуждающимися. Тема городского бюджета также является общественной.

Из проведенного анализа можно сказать, что большая часть материалов имеет очень узкую аудиторию, и обозначает это сразу в названии. Чуть шире аудитория журналистских текстов, которые затрагивают более широкий слой населения. Это либо маломобильная группа, которая включает мам с

колясками, пенсионеров. Либо социальные учреждения, которые сотрудничают с сиротами и многодетными семьями. Самую массовую аудиторию имеют материалы, в которых акцент сделан на способностях, а не на инвалидности людей. Это материалы о городских выставках, театральных постановках, чемпионатах, спортивных соревнованиях.

Вследствие вышеизложенной информации становится понятным, что материалы, касающиеся жизнедеятельности людей с ОВЗ носят обезличенный характер. Имена названы лишь в нескольких материалах. В текстах отсутствует конкретика, авторы прибегают к обобщениям. Предметом отображения выступает не человек как личность, а инклюзия. В публикациях не раскрывается заявленная тема. Опорная и рабочая идеи зачастую противоречат друг другу. Выводы не подкрепляются фактами, а делаются на личных чувственных ощущениях журналистов. В результате чего, такие материалы не способны снять психологический барьер в обществе.

Для достижения этой цели необходима переориентация публикаций на раскрытие духовных и личностных качеств людей в ОВЗ, на освещение их достижений в искусстве, спорте, науке, на постановку акцента на герое – человеке с ОВЗ, на создание образа духовно полноценного человека, способного быть другом, компаньоном, партнером.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социальная журналистика на современном этапе формирует основы цивилизованного общества, способствует принятию обществом решений, касающихся всех вопросов жизни общества. Особая роль отводится ей в вопросах жизни незащищенных групп населения, в том числе людей с ОВЗ. Публикации на социальную тематику смягчают общественные настроения, нравы, установки посредством привнесения идей милосердия, понимания, сострадания и принятия.

По мнению исследователей, ранее обращавшихся к данной теме, большинство материалов посвящается льготам и пенсиям, отражение жизнедеятельности людей с ОВЗ в СМИ происходит преимущественно в информационных материалах. Если это очерк или репортаж, то превалирует пафос в 20% случаев. Стереотип «калека-попрошайка» соседствует со стереотипом «инвалид-герой». Тематика не разнообразна. Выявить качественные характеристики освещения темы жизнедеятельности людей с ОВЗ в интернет-СМИ Самарской области позволили семантические, синтаксические и прагматические составляющие текста публикаций.

Прежде чем обратиться к анализу публикаций, необходимо было выявить отношение к людям с ОВЗ жителей региона. Проведённый в ходе данного исследования опрос среди жителей Самары и Тольятти показал, что из 364 человек 222 лично знакомы с людьми с ОВЗ. По мнению 73% опрошенных, общество само ограничивает общение с инвалидами. Наиболее комфортная коммуникация с людьми данной группы для опрошенных та, что не требует тесных контактов. На вопрос: «Смогли бы Вы подружиться с человеком с ОВЗ?» 42% от общего числа опрошенных затруднились ответить, а 5% признались, что не смогли бы. И только 195 опрошенных не считают инвалидность помехой для дружбы и общения. Готовы идти на контакт чаще всего люди, имеющие высшее образование в возрасте от 23 до 34 лет. При

этом 24% из тех, кто не готов к контакту с людьми с инвалидностью, это люди от 29 лет и старше. Это говорит о неготовности полноценного принятия обществом людей с ограничениями по здоровью.

Участники опроса считают, что работа по улучшению доступной среды для людей с инвалидностью ведется. В большей степени это признают жители Самары. Тольяттинцы видят в своем городе меньше изменений. Респонденты отмечали оснащение специальными устройствами для маломобильных групп населения общественные места, транспорт, госучреждения.

Читают материалы, посвященные проблемам людей с ОВЗ, всего 58 человек из 364. Из них 11, которые имеют инвалидность, несколько их родственников и журналисты, которые в силу профессиональных обязанностей стараются быть в курсе новостной повестки дня. 117 человек ответили, что не читают такие материалы. Подавляющее большинство 189 респондентов отметили что читают публикации о людях с ОВЗ, если тема интересная, если затронута общественная проблема, если это важно для них, если есть интересная история. Многих смущает слово «инвалид» в заголовке и теги материала, связанные с инвалидностью. Некоторые сообщили что не видят в таких материалах для себя пользу.

Все опрошенные готовы оказать помощь, если видят нуждающегося в ней человека с инвалидностью. Но поскольку наиболее комфортную коммуникацию с ними для себя респонденты определяют ту, что не требует тесных контактов, можно сказать, что участники опроса часто относят людей с инвалидностью в отдельную социальную группу и не готовы психологически к полноценной их интеграции.

Проведенный типологический анализ интернет-изданий Самарской области помог выделить те СМИ, которые являются общественно-политическими, локальными и направленными на массовую аудиторию. Тематическая палитра таких СМИ максимальная, а внутренняя структура и наполнение подразумевают появление на страницах не только материалов новостного жанров, но также оперативно-исследовательских и

художественно-публицистических жанров, а также колумнистики. В результате отбор публикаций осуществлялся на новостных сайтах Самарской области: «ВолгаНьюс», «63RU», «Аргументы и Факты Самара», «PROGORODSAMARA», «SAMRU.ru», «TLTGOROD.ru», «TLT.ru», «CityTraffic», «SGPRESS», «Большая деревня».

Интернет-СМИ Самарской области в своих материалах рассказывают о жизнедеятельности людей с ОВЗ. Частота таких публикаций в исследуемых интернет-СМИ осуществляется примерно в равной пропорции. Каждый месяц выходит примерно по 10-12 материалов. Увеличения количества публикаций от начала периода исследования к его концу не наблюдается. Больше всего материалов принадлежит «ВолгаНьюс» - 13 из 45, меньше всего «Большой деревне» 2 из 45.

При помощи контент анализа мы отобрали в данных изданиях 45 материалов, затрагивающих тему жизнедеятельности людей с ОВЗ. Лексическими единицами при проведении контент-анализа стали слова: «инвалид», «инвалидность», «люди с ограниченными возможностями», «инклюзивная среда», «Человек с ОВЗ», «Люди с ОВЗ», «Социальная защита», «Доступная среда». Отобранные материалы о жизнедеятельности людей с инвалидностью были проанализированы нами с целью определения семантико-формальных и прагматических характеристик текстов.

#### *Анализ семантической стороны текста.*

Проведенный идейно-тематический анализ показал полную палитру тем, затронутых в материале. Максимальное количество текстов посвящено законодательству, касающемуся проблем людей с ОВЗ – 17 из 45. Они включают в себя региональную и федеральную повестку: изменения в законодательстве, налоговом кодексе, приказ Министерства труда России о выдачи автомобильного знака «Инвалид» и др. Далее по популярности идет тема, доступной городской среды, обеспечивающей инклюзию людей с ОВЗ. О ней написано в целом 8 журналистских текстов. Это материалы, посвященные установки специальных подъемных средств для инвалидов-

колясочников, открытие многофункционального центра, создание специального приложения «Социальный навигатор». Третье место разделили между собой темы, касающиеся происшествий и досуга. Им посвящено по 6 материалов. Спортивным мероприятиям посвящено 4 материала. И столько же написано о благотворительности.

Анализ идеи публикаций показал, что опорная идея у трети текстов связана с проблемами незащищенности данной категории населения. Рабочая идея раскрывается не полностью. В текстах отсутствует информация об исполнителях, средствах, гарантиях. При этом журналистские публикации разделились на три части. Первая включает те материалы, в тексте которых можно выделить рабочую идею. Авторы таких публикаций показывают программу выхода. Например, материал о получении новых дорожных знаков, о затопленной квартире, в которой проживает инвалид или материал о новых видах социальной помощи. Вторая часть – это публикации, в которых опорная идея не сформулирована в тексте, но сделан акцент на инвалидности и идет воздействие на чувства и эмоции читателей, призыв к жалости. Так сделано, например, в материалах, посвященных спортивным соревнованиям с участием инвалидов или благотворительным спектаклям. Авторы делают акцент не на творчестве и смысле, заложенном в постановках, а на инвалидности его режиссера и актеров. У остальных текстов рабочая идея отсутствует вовсе. Авторы таких материалов, просто констатируют факт действительности, что определено спецификой новостных оперативных жанров. Взаимодействие опорной и рабочей идеи, как объект анализа, можно было определить только в 17 материалах.

Еще одним наблюдением стало то, что подавляющее количество материалов обезличены. Не указаны авторы, нет указаний на адресата помощи, отсутствуют имена героев. Исключение – это Ирина Смирнова из аналитической корреспонденции "PROGORODSAMARA" и Арина Кисуринина из новостной корреспонденции "ВолгаНьюс". В остальных случаях авторы

используют обобщающие указания: «инвалиды», «люди с ограниченными возможностями».

В трети анализируемых публикациях наблюдается не соответствие объекта и предмета. Чаще всего в материалах, посвященным благотворительным мероприятиям и организациям. Происходит эффект неоправданных ожиданий. Например, как в материале, посвященном открытому кубку по бочче. В лиде дается информация о соревнованиях, а в самом материале говорится об открытии новой площадке Мегафоном. В некоторых материалах выделить предмет отражения становится практически невозможно, поскольку в одном тексте смешивается много различной, неконструктивной информации. Материалы, в которых объект и предмет сочетаются и не противоречат друг другу, чаще всего посвящены законодательству и созданию доступной среды.

Максимально тема разработана в 11-ти материалах. Например, в тексте, который относится к оперативно-исследовательским жанрам и посвящен изменению терминологии в законодательстве. В четырех текстах полностью отсутствуют причины появления отображенного факта, его последствия и программа выхода. Остальные 28 материалов разделяются по жанрам. В аналитических материалах отсутствует один либо два вышеуказанных пункта. В новостных заметках отсутствует бэкграунд, указание на актуальность, причины, комментарии. В результате можно сделать вывод, что темы разработаны в большинстве материалов поверхностно. Публикации, обозначающие проблемы, ограничиваются ее констатацией и скорее выполняют информационную задачу.

Анализ видов информации показал, что во всех текстах имеется дескриптивная информация. 7 текстов состоят только из одного вида информации, например, материал о новом перевозчике для людей из маломобильной группы. Здесь автор только сообщает об изменениях. Прескриптивная информация присутствует в 21 материале. В 10 из них отсутствует нормативная информация. Волюнтаривная информация

присутствует в 11 материалах. Тексты, зачастую, состоят только из чувственных образов и двух видов информации. Например, материал о смерти матери и ребенка-инвалида. Нормативная информация есть в 21 материале. Все виды информации можно выделить только в 8 журналистских публикациях. Среди них материал о замене слова «инвалид». Этот же аналитический материал является единственным, в котором представляются комментарии общественных организаций инвалидов и власти. Остальные материалы имеют только информация со стороны управляющего органа. Они не объективны по своему содержанию.

*Анализ синтаксической стороны текстов.*

Структура материалов всех новостных заметок имеет форму перевернутой пирамиды: новостное ядро, цитата, контекст. Структура одного информационного отчета не соответствует хронологии события. Это материал, посвященный открытому заседанию администрации. Остальные материалы имеют композиционное решение, позволяющее отразить логику повествования.

В новостных жанрах журналистики написано большинство текстов – 37 материалов. Из них 3 хроникальные заметки, 14 кратких заметки, 11 расширенных заметки, два информационных отчета и 7 корреспонденций. К оперативно-исследовательским жанрам принадлежат 8 материалов. Четыре из которых аналитические статьи и четыре в жанре постановочной корреспонденции.

Фактической информации достаточно только в 19 из 45 текстов. В большинстве публикаций авторы делают выводы, опираясь не на факт действительности, а на собственные эмоции. Например, «Соревнования прошли в спортивном комплексе “Олимп”, отвечающем современным требованиям доступной среды». Фактов, подтверждающих этот вывод в тексте, нет. Авторская оценка остается неаргументированной.

Образ автора отсутствует в 18 новостных журналистских материалах. В шести публикациях он выражен явно. Авторы в них используют оценочные

прилагательные, сравнения, риторические вопросы. В остальных текстах автор проявляется через модальность материала, подбор и расстановку фактов, комментарии. В половине материалов не указаны имена авторов текстов.

Языковые и выразительные средства ограничены, поскольку большинство материалов – это сухие информационные посты. Рассказывая об общественных мероприятиях, авторы прибегают к эпитетам, сравнениям, риторическим вопросам, восклицаниям, метафорам: «Мы можем помочь вернуть слух!», «Это очень интересно и важно!», «Увлекательные и непревзойденные», «Парус надежды», «Дом уходит на дно», «Разгорелись споры» и т.д. Задача таких фраз – эмоциональное воздействие на аудиторию.

#### *Анализ прагматической стороны текстов.*

Большая часть материалов направлена на очень узкую аудиторию, и журналист обозначает это сразу в заголовке, где использует слова «инвалид», «люди с ограниченными возможностями». Например, «В Самаре состоится ярмарка вакансий для людей с инвалидностью», «Получение инвалидами государственных услуг упростят». Такие материалы имеют адресный характер и направлены на людей с ОВЗ. Чуть шире аудитория журналистских текстов, которые затрагивают проблемы маломобильной группы населения, включающую в себя мам с колясками, пенсионеров, и работу социальных учреждений, которые сотрудничают с сиротами и многодетными семьями. Самую массовую аудиторию имеют материалы, в которых акцент сделан на творческих способностях, спортивных достижениях, успехах, а не на инвалидности людей. Но таких всего 9 из 45 материалов. Это публикации о благотворительных городских выставках с участием авторов с инвалидностью, театральных постановках, спортивных соревнованиях, профессиональных чемпионатах.

Анализ информационной насыщенности текстов позволил сделать вывод, что в них зачастую не хватает информации об организаторах, сроках, исполнителях. Например, в материале о проведении конкурса для родителей

детей-инвалидов нет информации о жюри и способах контакта с организаторами. 22 материала оставляют после прочтения вопросы, на которые автор не дает ответов.

Актуальность темы публикации показана во всех материалах, кроме 4. Это тексты, в которых рассматривается необходимая доступная среда, либо изменения, связанные с улучшением жизнедеятельности людей, либо мероприятия, нацеленные на оказание помощи. Присутствуют также публикации, в которых журналисты ограничиваются описанием информационного ядра. В таких текстах принцип актуальности практически не реализуется, отчего внимание аудитории к ним снижается.

Оперативность материалов также выражена не во всех текстах. Два материала с места события не имеют дат, в результате невозможно понять насколько оперативно подготовлен текст, и когда мероприятие состоялось. Материалы, посвященные изменению дорожных знаков, также не имеют дат реализации проекта. Например, «В администрации прошло заседание», «Претензии прокуратуры касались отсутствия пандусов на станции метро "Юнгородок", что является нарушением требований закона "О социальной защите инвалидов в Российской Федерации"». Информации, когда были выявлены эти нарушения, насколько быстро отреагировала администрация в тексте нет.

Каждый проанализированный текст декодируем и полезен. Однако информация, содержащаяся в половине проанализированных текстах, имеет ценность только для узкого круга лиц.

Проанализированные тексты в подавляющем большинстве реализуют информационную функцию – 37 материалов из 45. Они информируют о новых фактах действительности и событиях, изменениях, нововведениях. Коммуникативную функцию в полной мере реализуют 22 журналистских текста. Они устанавливают коммуникацию между обществом и властью и различными общественными структурами. Рекреативная функция отсутствует в данных материалах. Организаторская функция реализована в

12 материалах, посвященных театральным постановкам, выставкам, благотворительным акциям. Идеологическая функция выступает как инструмент трансляции социально-одобряемых норм и моделей поведения. Она способствует росту и развитию сознательности масс путем всесторонней ориентации в действительности. Анализ показал, что интернет-СМИ Самарской области в своих текстах формируют представление о жителях региона с ОВЗ как требующих сострадания, сочувствия дополнительного внимания со стороны властей граждан. В своих публикациях они прибегают к воздействию на эмоции читателей, даже в тех материалах, где это не требуется. Люди с ОВЗ остаются отдельной социальной группой, ведущей обособленный образ жизни, вынесенной за пределы жизни общества.

Таким образом можно сделать вывод, что дискриминационные представления о людях с ОВЗ в Самарской области существуют. Новостные интернет-порталы Самарской области имеют большой потенциал в формировании социально-психологического принятия обществом людей с ОВЗ, т.к. могут формировать в своих публикациях образ человека с ОВЗ как полноценного члена общества, тем самым способствовать их социализации.

Говоря об освещении жизнедеятельности людей с ОВЗ в интернет-СМИ Самарской области нельзя не отметить, что издания регулярно обращаются к данной тематике, уделяя внимание как существующим проблемам инклюзии, так и действиям властей и общественных организаций по их решению. Однако качество освещения характеризуется тематическим однообразием, узостью аудиторной направленности, низким уровнем объективности, небольшим количеством используемых жанров, обезличенностью публикаций, ориентированность на эмоциональное восприятие текста, в результате чего, формируется представление о людях с ОВЗ, как о постоянно нуждающихся в помощи граждан, ведущих изолированный образ жизни, не способных быть активными участниками общественных процессов.

Все это позволяет выработать рекомендации по корректировке стратегии в освещении данной тематики в региональных новостных интернет-СМИ. Необходимо расширить целевую аудиторию публикаций, персонифицировать героев материалов, освещать не только проблемы, но и достижения людей с ОВЗ Самарской области, показывать их как общественно активных граждан, разнообразить жанровую палитру, избегать акцентирования внимания читателей на инвалидности и чрезмерной жалости.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

### Нормативно-правовая база

1. Всемирная программа действий в отношении инвалидов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/prog3.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/prog3.shtml).
2. Государственная программа Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rosmintrud.ru/ministry/programms/3/0>.
3. Устав (Конституция) Всемирной Организации Здравоохранения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd47/RU/constitution-ru.pdf>.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : – [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/disabilities/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/disabilities/).

### Научная, учебная, методическая литература

5. Аверина, Е.А. Интеграция инвалидов в общество : теоретическое осмысление проблемы [Текст] / Е. А. Аверина // ВестникТомГУ. Философия, социология, политология. – 2011. – № 1. – С. 127-130.
6. Балабанова, Ю.Р. Особенности освещения региональных событий в сфере культуры информационными интернет-агентствами центрального федерального округа [Электронный ресурс] / Ю. Р. Балабанова, В. Н. Левина. – Режим доступа : <https://clck.ru/GcEQz>.
7. Баранов, Е.Г. Информационно-психологическое воздействие: сущность и психологическое содержание [Текст] / Е.Г. Баранов // Национальный психологический журнал. – 2017. – № 1. – С. 25-31.

8. Баусов, Ю.Н. Морально-ценностный аспект проблемы отношения "Инвалид-общество" [Электронный ресурс] / Ю.Н. Баусов. – Режим доступа : <http://cheloveknauka.com/moralno-tsennostnyy-aspekt-problemy-otnosheniya-invalid-obschestvo>.
9. Бовин, А. Профессия журналист [Текст] / А. Бовин // Журналистика. – 2001. – № 3. – С. 45-48.
10. Богданова, Е.В. Этика общения с людьми с ограничениями здоровья как составляющая инклюзивной культуры [Текст] / Е.В. Богданова // Вестник КГУ. – 2015. – № 21. – С. 16-23.
11. Больницкая, А.В. Инвалиды и общество коммуникации [Электронный ресурс] / А.В. Больницкая // Мониторинг. – 2014. – № 4 (122). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/invalidy-i-obschestvo>.
12. Винокур, Т.Г. Говорящий и слушающий [Электронный ресурс] : монография / Т. Г. Винокур. – М. : URSS – 2005. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/file/368673/>.
13. Волков, В.А. Влияние СМИ на формирование культурных ценностей : аксиологический аспект [Текст] / В. А. Волков // Молодой ученый. – 2015. – № 3. – С. 913-915.
14. Волкова, И.П. Социально-психологические и личностные факторы толерантности к инвалидам по зрению в современном обществе [Электронный ресурс] // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2009. – № 83. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskie-i-lichnostnye-factory-tolerantnosti-k-invalidam-po-zreniyu-v-sovremennom-obschestve>.
15. Голанова, Е.И. Публичный диалог вчера и сегодня [Электронный ресурс] / Е.И. Голанова // Русский язык сегодня. – Москва. – 2000. – Вып. 1. – Режим доступа : <http://fibced.m/piikling/conj^stilsi^1/publijeatzxbJtitml>.
16. Головина, Т.А. Отражение журналистами феномена инвалидности в СМИ [Текст] / Т.А. Головина // Вестник ВГУ. – 2013. – № 2. – С. 56-59.

17. Гостев, А.А. Образная сфера человека в познании и переживании духовных смыслов [Электронный ресурс] / А.А. Гостев. – М. : Институт психологии РАН, 2001. – Режим доступа : <https://studfiles.net/preview/4017035/>

18. Гудкова, Т.В. Современные пути интеграции людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью в социальную жизнь [Электронный ресурс] / Т.В. Гудкова // Вестник НГПУ. – 2016. – № 1. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-puti-integratsii-lyudey-s-ogranichennymi-vozmozhnostyami-zdorovya-i-invalidnostyu-v-sotsialnuyu-zhizn>.

19. Данилова, Е. Доступность образования для инвалидов: личный опыт [Текст] / Е. Данилова // Образование как фактор социальной мобильности инвалидов: Сборник научных трудов / Под ред. д.с.н., проф. Д. В. Зайцева. – Саратов : Научная книга, 2007. – С. 13-18.

20. Демина, Э.Н. Организационно-методические и правовые основы социально-средовой реабилитации инвалидов [Текст] : метод. пособие / Э. Н. Демина, А.А. Свинцова, С.А. Овчаренко. – СПб. : СПбНЦЭПР им. Альбрехта, 2012. – 210 с.

21. Джандалиева, Е.Ю. Провокационный вопрос в интервью-портрете: семантические и прагматические особенности [Электронный ресурс] / Е. Ю. Джандалиева // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – Курск. – 2013. – № 12 (90). – Режим доступа : <http://www.jurnal.org/articles/2013/fill44.html>.

22. Дзялошинский, И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. [Текст] : монография / И.М. Дзялошинский. – М. : Престиж, 2006. – 102 с.

23. Дзялошинский, И.М. Концепция современного периодического издания [Текст] : учебно-методическое пособие / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. – М. : МедиаМир, 2012. – 343 с.

24. Дзялошинский, И.М. Поле для профессионалов или поляна для дилетантов? [Текст] / И. М. Дзялошинский // Социальная журналистика: профессия и позиция. – М. : Агентство социальной информации, 2005. – С. 16-21.
25. Домбровская, А.Ю. Роль СМИ в процессе социальной адаптации инвалидов в современной России [Текст] : дис. канд. соц. наук: 22.00.04 / Домбровская Т. А.; Орловская рег. акад. гос. службы. – Орел, 2004. – 169 с.
26. Ершов, Ю.М. Как вас теперь называть? О категориально-понятийном аппарате журналистики новой эры [Текст] / Ю. М. Ершов // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 2-1. – С. 7-10.
27. Зайцева, А.А. Тележурналистика и социальная политика в регионе [Текст]: дис. канд. полит. наук: 10.01.10 / А. А. Зайцева. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 2011. – 181 с.
28. Зверева, Н.В. Школа регионального журналиста : [Текст] учебное пособие / Н. В. Зверева. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 320 с.
29. Зеленина, Е.В. Портрет героя : ценностно-смысловые и творческие аспекты [Электронный ресурс] / Е.В. Зеленина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 2. – Режим доступа : <https://goo.gl/TROKwp>
30. Иванова, Л.В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения : [Электронный ресурс] учеб.-метод. пособие / Л. В. Иванова. – Тольятти : Изд-во ТГУ, 2012. – Режим доступа : <https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/123/1/Иванова%201-136-10.pdf>.
31. Иванян, Р.Г. Журналистика и социальная работа : природа и опыт институционального взаимодействия [Текст] : дис. канд. полит. наук: 10.01.10 / Иванян Р. Г.; Санкт-Петербургский государственный университет. – СПб., 2007. – 291 с.

32. Ильяхов, М. Пиши, сокращай: как создавать сильные тексты [Текст] / М. Ильяхов, Л. Сарычева. – 2 изд. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 401 с.
33. Ключкова, Е.Н. Статистическое исследование уровня инвалидизации в Российской Федерации [Электронный ресурс] / Е. Н. Ключкова, Е. С. Дарда. // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2017. – № 39. – Режим доступа : <https://clck.ru/GX8bq>
34. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики : [Текст] учебник для вузов / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 287 с.
35. Кузнецова, А.И. Осторожно: звёзды [Текст] / А. И. Кузнецов // Журналист. – 2000. – № 5. – С. 56-58
36. Леонтьев, Д.А. Личностный смысл и трансформация психического образа [Текст] / Д. А. Леонтьев // Вестник Московский университета. Сер. 14. – 1988. – № 2. – С. 3-14.
37. Лукина, М.М. Технология интервью : [Текст] учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по специальности журналистика / М. М. Лукина. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 191 с.
38. Мамонт, Б.В. Эффективность контактоустанавливающей функции в рамках ведения интервью: сущность и система оптимизации [Текст] : дис. канд. филол. наук : 10.01.10 / Б.В. Мамонт; Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2009. – 256 с.
39. Мельник, Г.С. Общение в журналистике : секреты мастерства [Электронный ресурс] / Г.С. Мельник. – СПб. : Array Array, 2008. – Режим доступа : [https://lawbooks.news/jurnalistika\\_856\\_857/obschenie-jurnalistike-sekretyi.html](https://lawbooks.news/jurnalistika_856_857/obschenie-jurnalistike-sekretyi.html)
40. Морозова, Е.А. Образ инвалида в средствах массовой информации: региональный аспект [Электронный ресурс] / Е.А. Морозова, Н. В. Степанов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 27. – Режим доступа : <http://e-koncept.ru/2016/56446.htm>.

41. Муратов, А. Задай вопрос, и я скажу тебе, кто ты (незабываемые правила для интервьюера) [Текст] / А. Муратов // Профессия журналист. – 2000. – № 9. – С. 21.
42. Никитина, О.А. Герой в современной газетно-журнальной периодике в контексте кризиса идентичности [Текст] : дис. канд. филол. наук : 10.01.10 / О.А. Никитина – Санкт-Петербургский государственный университет. – СПб., 2006. – 196 с.
43. Николаева О.В. Тема социальной интеграции людей с ОВЗ в СМИ Самарской области [Текст] / О.В. Николаева // Молодежь. Наука. Общество : Всероссийская студенческая научно-практическая междисциплинарная конференция (Тольятти, 5 декабря 2018 года). – 2018. – С. 83-85.
44. Николаева, О.В. Освещение темы жизнедеятельности людей с ОВЗ в СМИ Самарской области [Текст] / О.В. Николаева // Студенческие дни науки ТГУ : научно-практическая конференция (Тольятти, 2-27 апреля 2018 года). – 2018. – С. 335-337.
45. Петросян, В.А. Интеграция инвалидов в российское общество [Текст] : дисс. д. соц. наук. : 22.00.04 / Петросян В.А.; Российский государственный социальный университет. – М., 2011. – 345 с.
46. Пиримова, С.В. Социокультурные потребности населения современного монопромышленного города. / С.В. Пиримова // Вестник КГУ культуры и искусств. – 2011. – № 2. – С. 81-83.
47. Попов, В.Д. Социальная информациология и журналистика [Текст] : учебное пособие / В. Д. Попов; Российская акад. гос. службы при Президенте Российской Федерации. – М. : Изд-во РАГС, 2007. – 335 с.
48. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст] : Учебник для студентов вузов / Е.П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 351 с.

49. Руденко, А.М. Философия [Текст] : учебное пособие для высших учебных заведений. / А.М. Руденко, С.И. Самыгин, Е.Ю. Положенкова, М.М. Шубина. – Ростов н/Д : Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2011. – 300 с.
50. Тертычный, А.А. Гипотеза – обманчивый союзник [Текст] / А.А. Тертычный // Журналист. – 2001. – № 4. – С. 72-74.
51. Толстой, И.В. Семантико-стилистический аспект публицистического текста [Текст] / И.В. Толстой, С.В. Светина // Журналистика и культура русской речи. – 1997. – Вып. 3. – С. 30-41.
52. Уколов, А.Ю. СМИ и жизненное пространство человека [Текст] // Российское общество : цивилизованные горизонты трансформации. / А. Ю. Уколов. – 2005. – Вып. 2. – С. 229-231.
53. Челомбицкая, М.П. Ценностные ориентиры современного общества [Электронный ресурс] / М.П. Челомбицкая, Н.Г. Лавинский // Молодой ученый. – 2011. – № 12. Т. 1. – Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/35/4016>.
54. Шайхитдинова, С.К. Региональные СМИ : проблематика, тенденции развития [Текст] : монография / С. К. Шайхитдинова, Ю. В. Андреева и др. / под науч. ред. К.С. Шайхитдинова. – Казань : Казанский государственный университет, 2011. – 344 с.
55. Шмелёва, Т.В. Кодекс речевого поведения [Текст] / Т.В. Шмелёва // Русский язык за рубежом. – 1983. – № 1. – С. 10-13.
56. Bogardus, E.S. Measuring Social Distances, Journal of Applied Sociology [Текст] / E. S Bogardus // AmSoc. – 2009. – № 4. – P. 299-308.
57. Ellis, K., Goggin G. Disability and the media : [Текст] book / K. Ellis, G. Goggin. – London : Palgrave Macmillan, 2015. – 160 p.
58. Kershbaum, S.L., Eisenman, L.T., Johnson, G.M. Negotiating disability : disclosure and higher education [Текст] / S. L. Kershbaum, L. T. Eisenman, G. M. Johnson // The University of Michigan Press. – 2017. – 400 p.
59. Pirls, D. Disability mediated by media : how to avoid stereotypes [Текст] / D. Pirls // Ijser journal. – 2013. – № 1. – P. 42-45.

60. Waddington, L., Bessozi, C. New research priorities in the field of disability in Europe [Электронный ресурс] / L. Waddington, C. Bessozi. – LTER-European Journal of Disability Research. – 2010. – № 4. – P. 239-255. – Режим доступа : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09687599.2010.505749>.

61. Waddington, L. New research priorities in the field of disability in Europe [Электронный ресурс] / L. Waddington, C. Bessozi. – LTER-European Journal of Disability Research. – 2010. – № 4. – P. 239-255. – Режим доступа : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09687599.2010.505749>.