

УДК 007:304:070

В. В. Брадов, Е. І. Прокопчук

ПРОБЛЕМАТИКА КОНТЕНТУ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ ПРОМИСЛОВОГО МІСТА: СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Методологія дослідження. У ході дослідження використано методи суцільної вибірки, аналізу та синтезу, моніторингу, контент-аналіз, опитування, анкетування, зіставлення.

Результати. Мас-медіа є невід'ємним елементом соціально-політичного життя суспільства, одним із найважливіших і найпотужніших інструментів формування громадської думки. Саме через це матеріали соціальної спрямованості посідають значне місце в контенті друкованих видань. На сучасному етапі соціальні теми є різноманітними, широко охоплюють життя суспільства, потребують більш комплексного підходу до їх вивчення. Аналіз наукової періодики надає змогу розрізняти найбільш актуальні теми в сучасній дійсності, але погляди медіаменеджерів на висвітлення деяких соціальних проблем та аудиторії можуть не збігатися. Метою дослідження стало визначення, наскільки редакційний порядок денний стосовно соціальної проблематики збігається з наявними інформаційними читацькими запитами. Проведений контент-аналіз дає підстави зробити висновок, що менеджмент редакції намагається врахувати бажання аудиторії, але робить це не системно, без комплексного аналізу й проведення відповідних наукових розвідок стосовно читацьких уподобань.

Новизна. У зустрічному порівнянні тематики, запропонованої аудиторії редакцією видання, з тими інформаційними запитами, які виходять від читачів. Такий підхід надає змогу визначити відповідність тематичного порядку денного видання й потреб його аудиторії як критерій ефективності діяльності мас-медіа.

Практична значущість. Отримані результати можуть бути використані в практичній діяльності друкованих ЗМК, а також для подальшого пошуку більш ефективних підходів до дослідження інформаційних уподобань аудиторії.

Ключові слова: соціальна проблематика, аудиторія, інформаційні потреби, вплив мас-медіа.

I. Вступ

Мас-медіа є невід'ємним елементом соціально-політичного життя суспільства, одним із найважливіших і найпотужніших інструментів формування громадської думки. Саме через це матеріали соціальної спрямованості посідають значне місце в контенті друкованих видань. Тенденцію зміни вектора висвітлення із загальних аспектів на соціально орієнтовані можна пояснити спрямованістю ЗМК на місцеву тематику й життя громад. До комплексного вивчення різних аспектів соціальної проблематики дослідники звернулися лише останніми десятиліттями. На сучасному етапі соціальні теми є різноманітними, широко охоплюють життя суспільства, тому потребують комплексного підходу до їх вивчення. Недостатня розробленість у теорії й потреба в цьому практиці визначають актуальність цього дослідження сучасних аспектів висвітлення соціальної проблематики в міській пресі.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – визначити особливості висвітлення соціальної проблематики в міській пресі з урахуванням її сучасної різноманітності. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: окреслити поняття «соціальна проблематика» в ракурсі медіа; дослідити типологічні особливості публікацій соціальної спрямованості; проаналізувати висвітлення соціальної проблематики в друкованих мас-медіа; зробити порівняльний аналіз тематики публікацій та інформаційних потреб аудиторії; визначити основні тенденції висвітлення соціальної проблематики. В теоретичній частині було використано методи суцільної вибірки, аналізу та синтезу. Для аналізу різних аспектів висвітлення даної тематики використано публікації газети «Приазовський рабочий» (м. Маріуполь). Для характеристики висвітлення соціальної тематики застосовано моніторинг, контент-аналіз, опитування, анкетування. Для порівняння особливостей соціальної проблематики в досліджуваному виданні ми послуговувалися методом зіставлення.

III. Результати

Теоретичну базу дослідження становлять праці вітчизняних і зарубіжних науковців, а саме: стосовно теоретичної розробки понятійного апарату – М. Гессена, М. О. Григор'єва, Т. І. Фролової; тематичного зрізу соціальної проблематики в ЗМК – В. Ф. Іванова, В. І. Мусіяченка; жанрової специфіки соціальної проблематики – В. Й. Здоровеги, О. К. Мелещенка, В. В. Різуна,

В. І. Шкляра; зацікавленості читацької аудиторії суспільними проблемами – А. Ю. Брегеда, М. Т. Дзюби, Г. Г. Почепцова та ін.

Використання терміна «соціальна проблематика» надає змогу говорити про соціальні питання в більш вузькому значенні, що має підґрунтям такі напрями роботи журналістів: по-перше, це соціальна адвокатура, тобто висвітлення в медіа соціальних тем є намаганням представників ЗМК захистити інтереси різних верств суспільства; по-друге, соціальна проблематика диктує журналістам певні теми для відображення суспільно актуальних питань, що перебувають в обігу в соціумі й відображають етапи просування соціальної політики держави (зображує, яким чином уряд вирішує соціальні завдання, проблеми, реалізує національні проєкти тощо); по-третє, журналісти мають допомагати вирішувати питання й проблеми, що постають перед соціумом і відображають суперечності всередині суспільства (якість охорони здоров'я, освіти, можливість працевлаштування тощо) [2, с. 23].

На нашу думку, соціальна проблематика – це сукупність питань, що постають у суспільстві, а саме: проблеми незахищених верств населення, молоді, пропаганда здорового способу життя, морального виховання, висвітлення екологічної та природоохоронної діяльності суспільства, соціально-економічної політики держави. Вони потребують вирішення шляхом висвітлення та захисту інтересів різних прошарків соціуму, тобто соціальної адвокатури, відображення етапів просування соціальної політики держави, реалізації обміну інформацією та встановлення відносин між представниками різних верств населення для узгодження та налагодження соціальних перспектив не лише в межах окремої громади, а й у державному сенсі.

Унаслідок глибоких соціальних змін, періодичної нестабільності політичної та економічної ситуації соціальна проблематика стала більше цікавити читачів, що призвело до більш частого звернення журналістів до суспільно важливих тем. Ефективність діяльності ЗМК нерозривно пов'язана з урахуванням потреб людей, зі збільшенням соціальних, духовних і політичних запитів. Як слушно зауважує Г. Г. Почепцов, будь-які ключові зміни в соціальному житті потенційно можуть призвести до дестабілізації обстановки загалом [7, с. 53]. З огляду на громадську значущість подібної проблематики на її висвітлення в мас-медіа покладають великі очікування, як-то відображення злободенних аспектів повсякденного життя людини, розвитку громадянських якостей особистості, відстоювання прав людини.

Аналіз наукової періодики надає змогу визначити найбільш актуальні теми в сучасній дійсності. На наш погляд, найбільш повна, хоча й не бездоганна їх класифікація подана в дослідженні В. І. Мусіяченка [6, с. 158]. На його думку, до першої групи можна зарахувати публікації щодо самоорганізації громадян, які виявляють соціальну активність, прямо заявляють про свою громадянську позицію; до другої – щодо проблем незахищених верств населення (безробіття, соціального сирітства, ставлення громадськості до людей похилого віку, людей з обмеженими можливостями); до третьої – щодо проблем освіти й молоді, криміналізація суспільства та підліткової злочинності; до четвертої – щодо природоохоронної діяльності громадських організацій, які здійснюють експертизу екологічних проблем, екологічну освіту різних прошарків населення, роз'яснення наслідків змін природних ландшафтів тощо; до п'ятої – щодо здорового способу життя, наприклад, популяризація фізкультурного руху, ролі спорту у вихованні, фізичне й психічне здоров'я, нетрадиційні методики лікування; до шостої – щодо морального виховання та ціннісних орієнтацій особистості, сюди належать питання толерантного поводження, співжиття на одній території різних етносів, взаємопроникнення культур.

Важливо не лише враховувати, до яких тематичних груп звертаються журналісти під час роботи над матеріалами соціального характеру, а й у якому жанрі їх подають. Далеко не всі інформаційні жанри доречні у висвітленні соціальної проблематики: надто короткі тексти не мають змоги залучити читача до дискусії з приводу поставленої теми, а, значить, особливо не впливають на процес вирішення проблеми [4, с. 167; 8, с. 132]. Суть проблеми в жанрі невеликого розміру відобразити складно, а, отже, основне завдання публікації не буде виконано з огляду на низьку ймовірність, що широкий загал, прочитавши замітку, зможе перейнятися суспільно важливою проблемою. Аналітичні жанри, на відміну від інформаційних, подають матеріал більш розлого, завдяки чому читач, спираючись на думку експертів чи інших героїв публікацій, формує більш чітко своє ставлення до соціальних питань.

Щоб привернути увагу громадськості до актуальних проблем, ЗМК намагаються повніше відтворити у своїх матеріалах такі елементи змісту, як значення розв'язання поставленої проблеми безпосередньо для індивіда, його сім'ї, колег тощо. Стосовно цього дослідник М. Т. Дзюба, на відміну від свого колеги А. Ю. Брегеда [1, с. 46], більше концентрується не стільки на важливості теми, скільки на характері подачі інформації соціальної спрямованості. Він звертає увагу на те, що інформація подібного роду є важливим каталізатором процесу формування громадської думки щодо наявних соціальних проблем. У цьому контексті важливо підкреслити роль фактографічної інформації [3, с. 68]. Ідеться про те, що розкриття проблеми відбувається через подання яскравих, характерних фактів, прикладів, котрі адекватно вводять читача в тему.

На наш погляд, підхід М. Т. Дзюби є більш слушним, адже мало говорити про проблему, потрібні подавати матеріал соціальної спрямованості під кутом, дотичним до настроїв соціуму. Чим

зрозумілішою для аудиторії буде виглядати інформація, тим більше буде можливостей знайти вихід із непростої ситуації. Наведення яскравих фактів дійсності має працювати на зміну вектора сприйняття читачами реалій, що постають у суспільному житті. З урахуванням цього видання можуть будувати діалог із найбільш незахищеними верствами населення, які, у свою чергу, робитимуть усе можливе, щоб вирішити проблему, а не просто чекати допомоги, невідомо звідки.

На жаль, нерідко для місцевих друкованих ЗМК характерна ситуація, коли аудиторія є лише об'єктом впливу, а не рівноправним партнером у діалозі. Формально такі видання майже цілком присвячені соціальним проблемам, але фактично являють собою звіт про діяльність владних структур з вирішення проблем місцевої громади. Як зазначає дослідниця Т. І. Фролова, «небезпека інформаційного монологу полягає не тільки в тому, що таке спілкування є неефективним для більшості читачів у практичному сенсі; воно експлуатує споживчу ментальність, породжує ілюзії пасивного очікування» [10, с. 45]. На думку дослідниці, у творчому аспекті видання, де переважає монологічний підхід до вираження думок, зазвичай нудні й невиразні: журналістські тексти схожі на службові звіти, критичні та проблемні матеріали відсутні, журналісти не вдаються до серйозного аналізу ситуацій, ілюстративний матеріал подібний до фотографій на «дошці пошани», велика кількість офіціозу, що в принципі не може зацікавити аудиторію.

Серед позитивних процесів у журналістиці можна виокремити використання підходу ситуативного аналізу з виходом на практичні рекомендації. Критика й риторика все частіше поступаються місцем прагматиці. Суть таких публікацій – освоєння нових реалій, вироблення цивілізованих норм поведінки, опора на свої сили. Часто використовують метод спостереження й подальшого репортажного опису ситуації в стилі «перевірено на собі». Журналіст ніби поєднує дві ролі: соціальну та професійну. Це дає можливість максимально зблизитися із читачем, досягти ефекту співпереживання.

Особливо ефективні такі публікації, в яких дійовим особам, залученим у конфліктну або проблемну конкретну ситуацію, незважаючи на протидію, вдається подолати більші за їхні сили, знайти гідне рішення [5, с. 26]. У таких текстах є і позначення проблеми, і вказівка на її витoki, і критика різних законодавчих та інституційних недосконалостей, і пошук винних, але основна ідея в іншому – вказати можливість виходу, реальність вирішення ситуації, дати практичні рекомендації, створити прецедент позитивного рішення. Програма дій, закладена в таких публікаціях, стимулює активність читачів і розвіює ілюзії, що хтось інший вирішить за них усі проблеми [9, с. 28].

Тобто одним з головних завдань, яке в сучасних умовах має ставити перед собою видання, – це забезпечення дієвості публікацій, особливо тих, що відображають суспільно важливі проблеми, які потребують нагального обговорення. У процесі дискусії, що може відбуватися через газету, суспільство приходить до розуміння інструментів вирішення тих чи інших питань.

Для дослідження практики висвітлення соціальної проблематики нами обрано найстаріше друковане видання промислового Маріуполя – міську газету «Приазовский рабочий». До недавнього часу вона виходила тричі на тиждень, а всього за місяць читачі отримували 12–13 номерів. Обсяг номера, залежно від дня виходу, становив від 4 до 20 шпальт формату А2. А 3 квітня 2018 р. видання змінило дизайн, він осучаснився, відбувся перехід на рейнський формат. У цілому газета стала більш «комфортною» для читача, хоча й з певною втратою загальної – «корисної» – площі. З початком 2019 р. видання виходить двічі на тиждень, наклад номера – понад 30 тис. прим., які розповсюджуються переважно за передплатою. Можна стверджувати, що видання має лідерське становище (фактично – монопольне) у міському сегменті друкованих ЗМК, має значну (і завдяки передплаті – стабільну) аудиторію.

Соціальна проблематика посідає помітне місце в тематиці «Приазовського робочого». На шпальтах видання регулярно публікують матеріали, присвячені культурному життю міста, його благоустрою, приділяють увагу проблемам людей похилого віку, трапляються різножанрові повідомлення про стан міського комунального господарства, у певні періоди можна зустріти теми освіти, дитинства, майже в кожному номері – інформація щодо спортивних подій.

Мету емпіричної частини нашого дослідження ми сформулювали так: визначити, наскільки редакційний порядок денний стосовно соціальної проблематики збігається з наявними інформаційними читацькими запитами. Виходячи із цього, на першому етапі, використовуючи такі методи, як моніторинг і опитування, складено перелік тем, найбільш цікавих містянам, які фактично й складають читацьку аудиторію «Приазовського робочого». Під час другого етапу здійснено розподіл цих тем за рівнем зацікавленості в них опитуваних. Таким чином, ми отримали своєрідний рейтинг тем соціальної спрямованості, гіпотетично найбільш затребуваних читачем. Природно, що для міста, у самому центрі якого потужно працюють два великих металургійних комбінати, перше місце посіли проблеми екології та охорони здоров'я. Далі теми вишикувалися в порядку спадання таким чином: працевлаштування, АТО/ООС, громадський транспорт, якість комунальних послуг, злочинність, проблеми молоді, благоустрій, діяльність мерії, декомунізація, реформа поліції.

Ці теми були визначені одиницями контент-аналізу газети «Приазовский рабочий», а одиницями рахування – кількістю матеріалів, опублікованих на її шпальтах за певною темою, та їх обсяг (площа). Отримані дані дали можливість не лише оцінити частоту появи теми у виданні, а й

обчислити її питому вагу (відношення наявного до загального) як серед тих, що увійшли до переліку, так і щодо загальної газетної площі. Для визначення глибини розкриття тієї чи іншої теми в ході дослідження враховано жанр публікації. Виходячи із щоденної періодичності виходу газети й значного обсягу кожного номера (2–3 рази на тиждень по 4–8–20 шпальт формату А2), період аналізу обмежився календарним місяцем (у нашому випадку це був квітень). Щоб відстежити динаміку й тенденції у висвітленні зазначених тем, контент-аналізу були піддані квітневі номери видання за 2017–2019 рр.

Проведений контент-аналіз дає підстави зробити такі висновки. Якщо оцінювати кількісні показники, то на початку досліджуваного періоду – у квітні 2017 р. – до п'ятірки найбільш частих публікацій входили такі теми, як: АТО/ООС, діяльність мерії, якість комунальних послуг, охорона здоров'я, проблеми молоді. Лідерство матеріалів стосовно проведення антитерористичної операції (особливо в періоди загострення ситуації) для прифронтового міста зрозуміло, виправдане. Зафіксовану значну кількість повідомлень про діяльність мерії можна пояснити тим, що на той час місто отримало нового очільника – мера і, мабуть, редакція намагалась якомога повніше висвітлити його починання. Щоправда, при цьому природоохоронна тема в редакційному порядку денному посіла лише дев'яте місце, хоча для городян вона є на першому. Інші згадані теми зустрічалися на сторінках видання від 3 до 6 разів. У наступному – 2018 р. – на газетних шпальтах, як і раніше, часто трапляються матеріали, у яких згадано АТО, діяльність мерії, охорону здоров'я, якість комунальних послуг, злочинність. Особливістю цього періоду, з одного боку, є зростання кількості звернень видання до тем охорони здоров'я та благоустрою міста, а з іншого – повна відсутність публікацій з реформування поліції, декомунізації.

Як і у випадку з кількісними показниками, не є постійною й питома вага тієї чи іншої теми, як у рейтинговому переліку, так і щодо загальної газетної площі номерів за досліджуваний період. Стосовно всього переліку тем, до яких у аудиторії найбільша зацікавленість, то їх питома вага в загальній площі видання дорівнювала: у 2017 р. – 0,23 (це майже чверть усієї газетної площі!), у 2018 р. – вже 0,192 (зменшилась, та все ж майже п'ята частина), а у 2019 р. – лише 0,016. Тобто з певних причин питома вага газетної площі видання, яку займали теми з читачького рейтингу, зменшилась на порядок.

Водночас, якщо проаналізувати показники питомої ваги кожної з тем усередині переліку, за три роки сталися значні, а в деяких випадках оптимістичні для видання та його аудиторії, зміни. Так, тема екології з дев'ятої сходинки у 2017 р. перейшла на четверту в 2018 р., а вже у 2019 р. посіла лідерське місце. Подібні темпи зміни зростання редакційної уваги спостерігалися й щодо теми благоустрою міста (з восьмої сходинки – на другу), а от дещо менші – щодо тем ООС (операції об'єднаних сил), що прийшла на зміну антитерористичній, а також проблем молоді, злочинності, якості комунальних послуг.

Ще один аспект, на який ми звернули увагу в ході дослідження, це визначення глибини розкриття тієї чи іншої теми, для чого враховано жанр опублікованого матеріалу. На жаль, актуальну тематику протягом досліджуваного періоду висвітлювали переважно з використанням інформаційного сегмента жанрової палітри. Хроніки, інформації, розширені замітки, звіти – ось набір форм журналістських звернень до читача з газетних сторінок. Матеріали екологічної тематики або бадьоро інформували про виконання тих чи інших природоохоронних заходів, або були схожі на перероблений з релізу відповідної пресслужби звіт, який навіть друкували без авторського підпису. Критичний погляд зустрічається лише тоді, коли екологічна проблема не стосується впливу на неї металургійної галузі міста, таке можна також зустріти в публікаціях про охорону здоров'я та якість комунальних послуг.

IV. Висновки

Ефективність діяльності місцевих ЗМК нерозривно пов'язана з урахуванням інформаційних потреб їх цільової аудиторії. Соціальна проблематика передбачає висвітлення в таких медіа актуальних проблем повсякденного життя соціуму. Журналісти мають допомагати вирішувати питання, що постають перед конкретною людиною й міською громадою загалом. Це соціальний захист населення, соціальне забезпечення, рівень життя містян, розвиток ринку праці, екологічна безпека, проблеми молоді, ставлення до осіб похилого віку, злочинність. Важливу роль відіграє жанрова форма публікації, бо недостатньо тільки позначити проблему, потрібно аналізувати її, шукати шляхи вирішення. У ході критичного аналізу контенту міської газети виявлено, що редакційний порядок денний не завжди збігається з інформаційними потребами містян, не завжди тематиці, в якій зацікавлені читачі, приділяють відповідну увагу журналісти. І хоча можна говорити про те, що менеджмент редакції намагається врахувати бажання аудиторії, робить він це не системно, без комплексного аналізу й проведення відповідних досліджень читачьких уподобань. Саме вирішення цих питань може стати на прямом подальших наукових розвідок.

Список використаної літератури

1. Брегеда А. Ю. Основи політології: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2000. 312 с.
2. Гессен М. Открытие темы. Спецкурс по социальной журналистике. Москва: Агентство социальной информации, 2003. 240 с.

3. Дзюба М. Т. Роль засобів масової інформації в формуванні громадської думки. Київ: Вища школа, 2001. 234 с.
4. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів: ПАІС, 2004. 180 с.
5. Корконосенко С. Г., Таловов В. П., Ким М. Н. Социальное функционирование журналистики. Санкт-Петербург: Час пик, 1994. 187 с.
6. Мусяченко В. СМІ як інститут соціального управління. Москва, 2005. 247 с.
7. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. Москва: Киев: Рефл-бук; Ваклер, 2000. 352 с.
8. Різун В. В., Трачук Т. А. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства: монографія. Київ, 2005. 232 с.
9. Яременко О., Вакуленко О., Жаліло Л., Комарова Н., Левін Р. Формування здорового способу життя: навч. посіб. Київ: Вища школа, 2000. 324 с.
10. Фролова Т. И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учеб. пособ. Москва: Пульс, 2003. 244 с.

References

1. Bregeda, A. J. (2000). *Osnovy politologii (Fundamentals of Political Science)*. Kyiv: KNEU, 312 p. (in Ukrainian).
2. Gessen, M. (2003). *Otkrytye temy. Speckyrspo socialnoi zhurnalistike (Opening topic. Special course on social journalism)*. Moscow: ASI, 240 p. (in Russian).
3. Dziuba, M. T. (2001). *Rol zasobiv masovoi informacii v formuvanni gromadskoi dumky (The role of the media in shaping public opinion)*. Kyiv: Vysha shkola, 234 p. (in Ukrainian).
4. Zdorovega, V. Y. (2004). *Teoriia i metodyka zhurnalistickoi tvorchosti (Theory and methodology of journalistic creativity)*. Lviv: PAIS, 180 p. (in Ukrainian).
5. Korokonosenko, S. G., Talovov, V. P., Kim, M. N. (1994). *Socialnoe funkcionirovanie zhurnalistiki (Social functioning of journalism)*. St. Petersburg: Chas pik, 187 p. (in Russian).
6. Musiachenko, V. I. (2005). *SMI kak institute socialnogo upravleniia (Media as an institution of social management)*. Moscow, 247 p. (in Russian).
7. Pochepcov, G. G. (2000). *Kommunikativnye tehnologii dvadcatogo veka (20th Century Communicative Technologies)*. Kyiv: Vakler, 352 p. (in Ukrainian).
8. Rizun, V. V. Trachuk, T. A. (2005). *Narys z istorii ta teorii ukrainskogo zhurnalistikoznavstva (Essay on the history and theory of Ukrainian journalism)*. Kyiv, 232 p. (in Ukrainian).
9. Yaremenko, O., Vakulenko, O., Zhalilo, L., Komarova, N., Levin, R. (2003). *Formuvannia zdorovogo sposobu zhyttia (Healthy lifestyle)*. Kyiv: Vysha shkola, 234 p. (in Ukrainian).
10. Frolova, T. I. (2003). *Socialnaia zhurnalistika i ee rol v obshestvennom dialoge (Social journalism and its role in public dialogue)*. Moscow: Plius, 244 p. (in Russian).

Стаття надійшла до редакції 25.08.2019

Bradov V., Prokopchuk E. Problematics of the Content of Printed Issues of the Industrial City: a Social Aspect

Research methodology. *During the study, the methods of continuous sampling, analysis and synthesis, monitoring, content analysis, questioning, questioning, and comparison were used.*

Results. *Mass media is an integral part of the social and political life of society, one of the most important and powerful tools for shaping public opinion. It is for this reason that social media materials occupy a significant place in the content of print media. At the present stage, social topics are characterized by a variety of issues, broadly embracing the life of society, and require a more integrated approach to their study. The analysis of scientific periodicals makes it possible to distinguish between the most relevant topics in today's reality, but the views of media managers on coverage of some social problems and the audience may not coincide. The purpose of the study was to determine how much the editorial agenda for social issues is in line with existing information readers' queries. The content analysis conducted allows us to conclude that the editorial management tries to take into account the wishes of the audience, but this is not done systematically, without a comprehensive analysis and conducting relevant scientific inquiries regarding readers' preferences.*

Novelty. *In a counter-comparison of the topics offered to the audience by the editorial staff, with those information requests that come from the readers. This approach makes it possible to determine the relevance of the thematic «agenda» and the needs of its audience as a criterion for the effectiveness of mass media activity.*

The practical significance. *The results obtained can be used in the practical activities of print media, as well as to further search for more effective approaches in the study of information preferences of the audience.*

Key words: *social issues, audience, information needs, influence of mass media.*