

УДК 007:304:001+070

Х. Д. Гурчіані

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИСВІТЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ У ПРОЦЕСІ ЕВОЛЮЦІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Досліджено механізм трансформації висвітлення соціальної проблематики в ЗМІ, а також специфіку і тенденції відображення «соціальної сфери» на ТВ.

Ключові слова: соціальна проблема, ефір, інформація, засоби масової комунікації, телебачення.

Исследованы механизм трансформации освещения социальной проблематики в СМИ, специфика и тенденции отображения «социальной сферы» на ТВ.

Ключевые слова: социальная проблема, эфир, информация, средства массовой коммуникации, телевидение.

Investigation of the mechanism of transformation of the coverage of social issues in the media. Specificity and trends reflect «social» on TV.

Key words: social problem, ether, information, mass communication, TV.

Вступ. Соціальна сфера стала об'єктом журналістського висвітлення починаючи з великих соціальних подій XVII–XVIII ст. Каталізаторами стали Англійська та Велика французька буржуазні революції. Із цього часу вона стає однією з домінуючих тем у засобах масової інформації. Із часом висвітлення соціальної сфери у ЗМІ переживає свої зміни, які пов'язані з різними соціально-економічними, політичними, екологічними явищами.

Разом із тим трансформація соціальної проблематики залежала від «чергування» засобів масової інформації. Спочатку газети, потім на короткий час популярним стало радіо, а починаючи з 60-х рр. XX ст. домінуючим стає телебачення. Проте сьогодні соціальна сфера висвітлюється не лише в «класичних» ЗМІ, але й в Інтернеті, у новій формі, яку запропонувала всевітня мережа – крос-медіа.

Питання соціальної проблематики та його трансформація у ЗМІ розглядалися у різні часи різними науковцями як у сфері соціології, так і в журналістиці (Є. П. Прохоров [5], В. В. Різун [6], Є. Л. Вартанова [1] та ін.). Проте все ще детального вивчення вимагає сучасний стан соціальної проблематики в Україні.

Постановка проблеми. Мета статті – дослідити процес трансформації соціальної проблеми в історичному ракурсі. Виявити, як ця сфера змінювалась із винаходом нових засобів масової комунікації та наскільки вплинула на висвітлення соціальної проблематики поява телебачення.

Основна частина. «Соціальні проблеми» – досить «молодий» науковий термін. Уперше він з'явився в середині XIX ст. в Європі. Поняття «соціальна проблема» застосовується відносно дуже великого числа різноманітних явищ, таких як злочинність, бідність, расизм, перенаселеність і т. ін. Це визначення, яке здатне охопити всі соціальні умови, що класифікуються як соціальні проблеми [10, р. 149].

Трансформація соціальних питань у світі також пройшла свої стадії. Так, взагалі цю проблему почали розглядати лише в XIX ст. У журналістиці вона отримала висвітлення завдяки Джозефу Пуліцеру, який у своїй газеті «The New York World» підіймав гострі для Америки того часу соціальні проблеми. Так, після репортажу Неллі Блай про психіатричну лікарню влада була змушена повністю її переобладнати [9, р. 46].

Дану тенденцію підхопили й макреєкери, яких Теодор Рузвельт назвав «розгрібачі бруду» [4, с. 57]. Ці журналісти робили акцент на великих корпораціях, брудних іграх влади тощо. Макреєкери не тільки викривали махінації таких структур, але й спонукали до дії суспільство. Адже за кожною великою корпорацією стояли звичайні робочі люди, які й були об'єктами соціальних проблем.

А після закінчення Другої світової війни в Німеччині з'являється зовсім інший ракурс соціальної проблематики, яку частково спричинила сама влада. З'являється така категорія людей, як робітники-гості. Вони повинні були тимчасово попрацювати в Німеччині, отримати платню та поїхати, але замість цього почали перетягувати свої сім'ї з Румунії, Туреччини й інших бідних країн, одружувались із німкенями та ставали повноцінними громадянами європейської країни. І тут ЗМІ змушені були звернути увагу суспільства на нову течію, що з'явилась у питаннях соціальної проблематики.

Коли в 60-х рр. почався розпад колоніальної імперії, та коли Великобританія втратила значну частину своїх колоній, світ знову змінився. Через дії Британії, яка повертала собі цінні кадри, залишені у втрачених колоніях, вона не розраховувала на тотальну хвилю міграції. І соціальна проблема, яку відображали ЗМІ, була пов'язана саме з цим явищем.

У подальшому питання мігрантів, які стали громадянами або перебували у статусі гостей, стане спочатку причиною виникнення жвавого дискурсу на тему толерантності, який в останні роки зазнав значної критики. У засобах масової інформації, чи то газети, телебачення або радіо, зараз говорять про те, що ідея толерантного ставлення до інших культур на своїй території призводить до знищення власної культури. І це також веде до зміни висвітлення соціальної проблематики ЗМІ.

Так, у середині 80-х рр. ХХ ст. з'являється таке поняття, як «соціальна відповідальність», коли модель відносин змінюється на «профспілки – влада – керівники», де влада постає як посередник між працівниками та роботодавцями. І саме в цей час телебачення починає висвітлення таких соціальних питань, як заробітна плата, соціальні гарантії тощо. Кризою цієї моделі став страйк шахтарів в Англії, коли Маргарет Тетчер відмовилась виконувати вимоги профспілки [7, с. 348]. Завдяки телебаченню та іншим засобам масової інформації суспільству стали відомі ці події, та воно виступило проти як страйкарів, так і прем'єр-міністра.

На сучасному етапі соціальна проблематика, якій присвячена увага ЗМІ, – це питання дифузійні. Їх неможливо однозначно віднести до однієї сфери, гострі питання стали дифузійними: економічно-соціальними, екологічно-соціальними тощо. Зрозуміло одне: трансформація соціального питання відбувається постійно та завжди є гострою для суспільства [2, с. 208].

Слово «соціальний» стало одним із ключових елементів сучасного публічного дискурсу. Заявивши соціальні пріоритети, виражені в конкретних діях, керівництво країни зробило їх постійною складовою «порядку денного» в мас-медіа, і соціальна проблематика опинилася на передових позиціях. Демографія, охорона здоров'я, житло, проблеми соціально уразливих груп – актуальні проблеми соціальної сфери – становлять сьогодні значну частину телевізійного контенту, заповнюють як його новинну та аналітичну, так і розважальну частини, формуючи при цьому досить строкатий і суперечливий інформаційний фон, з'єднуючи піар соціальної політики, журналістські розслідування, мозаїку новин, рекламу. Функціональна специфіка подібної тематики припускає включеність в конкретне соціальне побутування людей, в їхню діяльність, яка здійснюється паралельно інформаційному потоку [3, с. 184].

Є. Прохоров у своїй книжці «Теорія журналістики» приділяє цілий розділ соціальній ролі журналіста. Автор каже, що загальним знаменником вирішення всіх

соціальних проблемних тем у сучасному світі, що складається з найрізноманітніших соціальних груп, для журналіста є звернення до загальнолюдських гуманістичних цінностей. Людство виробило їх за багато століть свого життя, вони об'єднують усіх людей та створюють спільний фон поведінки кожного в різних сферах життя: політиці та економіці, в житті держави та приватному житті, взаємовідносинах різних країн і різних людей тощо. Загальнолюдські гуманістичні цінності набувають для журналістики особливої важливості в сучасних умовах формування єдиного взаємопов'язаного світового суспільства, що рухається до нової цивілізації, коли конфронтація й прагнення вести боротьбу «до перемоги» різними силами загрожує самому існуванню людства [5, с. 86–87]

Будучи за визначенням найважливішим об'єктом журналістської діяльності, соціальна проблематика із притаманними їй характеристиками – самостійність, цілісність, функціональність – формує певні умови і підходить до висвітлення соціальної спрямованості в мас-медіа. Телебачення є одним з основних джерел отримання людьми відомостей про соціальну сферу.

Соціальна спрямованість як об'єкт вимагає цілісного, функціонального, конкретного і повного відображення у фрагментах подій. У сучасній практиці висвітлення соціальної проблематики сформувалося в таких напрямках:

1. Інформаційний супровід дій.
2. Треш ТВ – звернення до тілесного, до потреб.
3. Журналістика соціальної дії, чи журналістика реальних можливостей [2, с. 159].

Соціальні медіа не просто відображають реальність, різні думки, існуючі в суспільстві, відносини між людьми і соціальними групами, а й прагнуть справити на відображену дійсність позитивний вплив. Притаманні мас-медіа підходи і технології орієнтовані на активізацію конструктивних сил суспільства для подолання соціальних проблем.

Сучасні мас-медіа, що мають гігантське охоплення аудиторії, здатні надавати суспільству достатньо інформації, яка допоможе зорієнтуватися в новій реальності. Трактування в телевізійному ефірі проблем соціальної сфери, раніше не надто популярних у мас-медіа, може чинити серйозний вплив на ставлення суспільства до цих проблем.

Сучасна людина, людина XXI ст. – це людина медійна. З кожним етапом значення медіаефектів, ефектів, вироблених медіатекстами, певними словами або образами, які виробляють журналісти, зростає, причому несказанно. У Карла Маркса була людина економічна, потім стала популярною концепція людини соціальної. Зараз вже час казати про людину медійну. Це нова іпостась людини в сучасному суспільстві та світі. Наш досвід у значній мірі формується мас-медіа, від того, що ми дивимось, читаємо та слухаємо залежить наш світогляд [1, с. 10].

У дійсності предметний потенціал соціальної сфери в мас-медіа величезний. Це і окремі сегменти соціальної сфери з їхньою постійно мінливою актуальною проблематикою і становленням сучасних інститутів, і громадська експертиза нових законів, рішень, і інтереси різних соціальних, національних, вікових, професійних груп, і невичерпна проблематика окремої людської особистості; це різні рівні сприйняття й узагальнення. Факти і ситуації, долі і характери, явища, події, процеси – словом, актуальна, оперативна і конкретна інформація про структурний і функціональний стан суспільства та окремих його груп, що підтримує баланс інтересів, про соціальну динаміку і характер її перебігу, що дозволяє своєчасно запобігти кризовому розвитку [8, с. 167].

Висновки. Соціальна проблематика є одним із найцікавіших та найважливіших об'єктів журналістської діяльності. Ключовим моментом у висвітленні даного питання є людиноцентричний підхід, який зближує соціальну сферу та журна-

лістику у тому випадку, коли вона служить людині, а не абстрактному поняттю суспільного інтересу.

Трансформація соціальної проблематики у світі та її висвітлення в ЗМІ мало свою специфіку та традицію. Так чи інакше головні соціальні проблеми завжди були пов'язані із суспільством та владою, де журналістика поставала посередником. З одного боку, розкриваючи гострі соціальні проблеми, з іншого – спонукаючи владу до дії та відповідальності. Для світової спільноти вислів, що журналістика – це четверта влада, є дійсністю, з якою рахуються.

Бібліографічні посилання

1. **Варганова Е. Л.** От человека социального – к человеку медийному / Е. Л. Варганова // От книги до Інтернета: десять лет спустя. – 2009. – № 3.
2. **Бережная М. А.** Алгоритмы освещения социальных проблем на телеэкране / М. А. Бережная // Известия Уральского государственного университета. – 2009. – № 1/2(62).
3. **Бережная М. А.** Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики / М. А. Бережная. – СПб. : Питер, 2009. – 172 с.
4. **Иванян Э. А.** От Джорджа Вашингтона до Джорджа Буша. Белый дом и пресса / Э. А. Иванян. – М. : Политиздат, 1991. – 254 с.
5. **Прохоров С. П.** Теория журналистики / С. П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 368 с.
6. **Різун В. В.** Маси / В. В. Різун. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2003. – 118 с.
7. **Тетчер М.** Автобіографія / М. Тетчер. – М. : АСТ, 2014. – 800 с.
8. **Ясавеев И. Г.** Социальные проблемы: конструкционистское прочтение: хрестоматия / сост. И. Г. Ясавеев. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2007. – 275 с.
9. **Brian D.** Pulitzer: A Life / D. Brian. – N Y. : John Wiley & Sons, Inc., 2001. – 464 p.
10. **Ho L. S.** Public Policy and the Public Interest / L. S. Ho. – A. : Routledge, 2011. – 264 p.

Надійшла до редколегії 23.06.14.