

Міністерство освіти і науки України  
Дніпропетровський національний університет  
імені Олеся Гончара

**ГУРЧІАНІ Хатуна Джимшерівна**

УДК 007:304:001+070

**ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ  
СУЧАСНИМ УКРАЇНСЬКИМ ТБ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ  
СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

Спеціальність 27.00.04 – теорія та історія журналістики

**Автореферат**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата наук із соціальних комунікацій

Дніпропетровськ – 2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі масової та міжнародної комунікації Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник – доктор філологічних наук, професор  
**Демченко Володимир Дмитрович,**  
Дніпропетровський національний університет  
імені О. Гончара, декан факультету систем і  
засобів масової комунікації, Заслужений  
журналіст України.

Офіційні опоненти: доктор історичних наук, професор  
**Крупський Іван Васильович,**  
професор кафедри радіомовлення і телебачення  
Львівського національного університету імені  
І. Франка;

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент  
**Почапська Оксана Іванівна,**  
доцент кафедри журналістики Кам'янець-  
Подільського національного університету імені  
І. Огієнка.

Захист відбудеться «12» травня 2016 р. о 10:00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 08.051.19 Дніпропетровського національного університету імені О. Гончара за адресою: 49027, м. Дніпропетровськ, пл. Шевченка, 1, Палац студентів.

Із дисертацією можна ознайомитись у Науковій бібліотеці Дніпропетровського національного університету імені О. Гончара за адресою: 49050, м. Дніпропетровськ, вул. Козакова, 8.

Автореферат розіслано «10» квітня 2016 р.

Вчений секретар

І. М. Сухенко

спеціалізованої вченої ради,

кандидат філологічних наук, доцент

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність дослідження** визначається тим, що перехід від постіндустріального до інформаційного суспільства, хоч і відбувається у різних країнах світу неоднаковими темпами, набуваючи різноманітних форм, перетворюється на явище глобального масштабу. Ось чому ми говоримо про новий зміст суспільних відносин, коли їх підвалинами стають не матеріальні, енергетичні чи людські ресурси, а інформаційний як такий, що наповнює сенсом усі інші, без чого вони давно би втратили всяку суть.

Орієнтуючись перш за все на освіту, науку і культуру, на знання та інтелект у широкому їх розумінні, інформаційне суспільство створює не лише нові форми економічних відносин – економіку «знань», але й нову форму функціонування соціуму – громадянське суспільство. Одним із наріжних каменів його існування стала масова комунікація (зокрема, телебачення), що перетворилась із засобу інформування на ефективний механізм узгодження та гармонізації загальнодержавних, громадських та приватних інтересів і засіб досягнення консенсусу в політичному розвитку. Забезпечуючи кожного члена суспільства громадсько-політичною та соціально значущою інформацією, медіа не лише уможливлюють діалог влади та громадськості, але й допомагають кожному індивідові реалізувати його право на розробку державного курсу розвитку.

Незважаючи на те, що до виявлення соціальної проблематики медіа в межах інформаційного суспільства звертались у зарубіжній комунікативістиці Д. Белл, П. Бурдьє, Ю. Габермас, М. Кастельс, М. МакЛюен, Е. Ноель-Норман, Б. Тоффлер, Ф. Уебстер та інші, вона ставала предметом аналізу російських фахівців Е. Г. Багірова, В. М. Березіна, В. Ю. Борєва, Ю. П. Буданцева, М. С. Вершиніна, І. М. Дзялошинського, Т. І. Дрідзе, О. Г. Дьякової, І. І. Засурського, С. В. Кара-Мурзи, В. М. Теріна, і почалась розробка вказаних проблем у межах української школи журналістикознавства та комунікативістики, представлених у працях В. М. Владімірова, В. Ф. Іванова, О. Я. Гоян, В. В. Гоян, В. Й. Здоровеги, О. В. Зернецької, В. В. Лизанчука, І. В. Крупського, С. М. Квіта, В. В. Різуна та деяких інших, далеко не всі аспекти осмислено і вивчено. Адже в новітній час через завдання стовідсоткової комерціалізації та суттєву взаємодію із суспільством споживання, що формується практично одночасно з громадянським, соціальна проблематика в масовій комунікації, що перетворюється на індустрію розваг, зазнає суттєвої трансформації, починаючи від підбору матеріалів до засобів створення й подачі контенту. Саме ці аспекти, що часто підмінюють соціальне псевдосоціальним і навіть асоціальним, вивчені у вітчизняній науці недостатньо, все ще опиняючись на периферії наукового пошуку. Це особливо стосується телебачення, яке залишається в Україні не просто переважним, а внаслідок перманентних економічних криз чи не єдиним доступним усім прошаркам населення засобом інформації.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Представлене дослідження безпосередньо пов'язане з науковими розробками факультету систем і засобів масової комунікації Дніпропетровського

національного університету імені О. Гончара. Тема дисертації є частиною комплексної наукової теми «Соціальні комунікації та трансформації сучасних медіа (національний та глобальний аспекти)» (державна реєстрація №113U007245).

**Мета роботи** – здійснити комплексний аналіз висвітлення соціальної проблематики, визначити її місце і трансформації в ефірному мовленні загальнонаціональних каналів України («Перший національний» (зараз «UA: Перший»), «Інтер», «1+1») у контексті громадсько-політичних та економічних перетворень українського суспільства в період з 2010 р. до сьогодні. У зв'язку з цим концепція дослідження передбачала виконання таких завдань:

- проаналізувати становлення соціальної тематики та проблематики в західноєвропейській та українській журналістиці в історичній перспективі;
- дослідити еволюцію змісту соціальної проблематики в пресі кінця XIX – початку XXI ст.;
- визначити наукові пріоритети й підходи у вивченні та тлумаченні соціальної проблематики в засобах масової комунікації зарубіжним та українським журналістикознавством;
- проаналізувати особливості висвітлення соціальної проблематики комунікаційними засобами телебачення;
- виявити можливості сучасного телебачення як медійного ресурсу для висвітлення соціальної сфери;
- проаналізувати вплив на висвітлення соціальної проблематики українським ТБ владних структур та фінансово-промислових об'єднань.

**Об'єктом аналізу** стали структурно-типологічні та комунікаційні особливості висвітлення соціальної проблематики засобами телебачення.

**Предметом дослідження** є усталені ознаки та підходи до висвітлення соціальної проблематики загальнонаціональними телеканалами України у їх співвідношенні з практикою західноєвропейських країн.

**Методи дослідження.** Методологія наукової розвідки базується на системному підході, дотримання якого дозволяє глибше зрозуміти причини та закономірності виникнення соціально наповненого контенту в західноєвропейській, а потім і українській пресі, виявити особливості кореляції між процесами глобалізації у сфері комунікації та адаптованими формами національної й локальної ідентичності, детально проаналізувати їх зв'язок з демократичними трансформаціями українського суспільства, захистом прав і свобод людини й громадянина.

Порівняльно-історичний метод дозволив простежити особливості розвитку комунікаційних процесів в Україні та місця в них соціальної проблематики, визначити роль телебачення в національній моделі медіа та адаптації соціальної тематики і проблематики до зображально-комунікаційних засобів ТБ.

Поєднання ретроспективного, ситуативного і перспективного підходів дало можливість простежити історично та національно зумовлені тенденції

розвитку вітчизняного телебачення, уточнити його зв'язок із суспільно-політичною, економічною, соціальною, духовною, культурною парадигмами суспільного розвитку, встановити такі його елементи, які найбільш щільно пов'язані з національною системою ЗМК, адаптовані до її специфіки і трансформовані під її впливом.

Описовий метод у поєднанні з аналітичним дозволив схарактеризувати різні типи телевізійних програм із соціальним наповненням та визначити особливі, притаманні лише їм риси, пов'язані із задоволенням потреб цільових аудиторій, а також впливом на формування суспільно-політичного, духовного та соціокультурного потенціалу суспільства.

**Джерельною базою дослідження** обрано ефірне наповнення загальнонаціональних каналів України: «Перший національний» (зараз «UA: Перший»), «Інтер», «1+1» за період 2010 – 2015 рр.

**Наукова новизна** представленої дисертації визначається тим, що попри достатню увагу, яка приділялась вивченню телебачення, особливості соціальної проблематики в його мовленні та її місце в ефірній сітці все ще залишаються практично не вивченими, а тому в роботі *вперше*:

- визначено сутність та змістову наповненість поняття «соціальна проблематика» в українському медійному просторі;
- вивчено співвідношення розуміння та висвітлення соціальної проблематики західноєвропейськими та українськими медіа;
- проаналізовано тематику й типологічні характеристики соціальних програм на вітчизняному ТБ;
- встановлено відмінності у висвітленні соціальної проблематики українським телебаченням та іншими видами журналістики;
- вивчено залежність змісту соціальних програм від громадсько-політичних та економічних реалій суспільства, новітніх інформаційних та комунікаційних технологій і цільових аудиторій, які зазнають постійних трансформацій;
- визначено суспільні, ментальні, економічні, соціокультурні та редакційні чинники, що впливають на висвітлення соціальної проблематики, а відтак і визначають її дієвість щодо різних груп населення.

*Уточнено:*

- сутність, ознаки та компоненти, що визначають інтерпретацію та змістову наповненість соціальної проблематики українських ЗМК;
- критерії ідентифікації соціальної проблематики в національних медіа.

*Набули подальшого розвитку:*

- думки про те, що з огляду на незавершеність демократичних перетворень в українському суспільстві, значну соціальну неоднорідність українського соціуму та відсутність потреби, навичок і культури індивідів у захисті своїх прав і свобод, національне ТБ ще не змогло стати дзеркалом соціальних проблем суспільства, спрямувати це висвітлення на розвиток емансипації громадян, утвердження ідей толерантності та політкоректності;

- висновки, що плюралізм українських медіа, зокрема, у постановці та висвітленні соціальних проблем, не звільнив їх від авторитарного тиску з боку влади та домінування адміністративного ресурсу в інформаційній сфері.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що функціональний підхід до висвітлення соціальної проблематики обґрунтовує теоретичний статус соціальної журналістики як професійної ідеології. Це дозволяє виявляти шляхи та методи маніпулювання громадською думкою завдяки тій чи іншій інтерпретації соціальних проблем, порушених ЗМІ. У роботі запропонована оригінальна методика дослідження висвітлення соціальної проблематики, що дозволяє використовувати її як вірогідний інструмент перевірки якості соціального контенту.

*Одержані результати* будуть використані на факультеті систем і засобів масової комунікації ДНУ імені О. Гончара під час викладання фахово спрямованих дисциплін, спецкурсів із тележурналістики та проведення творчих майстерень.

**Особистий внесок здобувача.** Постановка й розв'язання комплексу визначених завдань дисертації, автореферат та опубліковані наукові статті, де викладено основні положення дослідження, виконані авторкою самостійно.

**Апробація роботи.** Дисертація обговорювалась на розширеному засіданні кафедри масової та міжнародної комунікації Дніпропетровського національного університету імені О. Гончара. Основні положення дослідження були оприлюднені в доповідях і повідомленнях на щорічних підсумкових конференціях університету (2013 – 2016 рр.). Результати розвідки доповідались на Міжнародній конференції «Публіцистична комунікація: теорія, історія, сьогодення» (Тернопіль, 2013), Міжнародній Інтернет-конференції «Медіакартини світу: структура, семіотика, канали трансляції» (Бердянськ, 2013), Міжнародній науково-практичній конференції «Перспективи розвитку сучасної філології» (Санкт-Петербург, РФ, 2014), Міжнародній конференції «Свобода через медіа» (Пассау, ФРН, 2014), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Український соціум та медіа: динаміка взаємодії (2010 – 2015 рр.)» (Київ, 2015).

**Публікації.** Результати проведеного дослідження відображено в 10 публікаціях у наукових виданнях, а саме: 8 статей у наукових фахових виданнях (у тому числі дві – за кордоном), 2 статті й матеріали доповідей наукових конференцій.

**Обсяг і структура дисертації.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури. Загальний обсяг дисертації – 191 сторінка, з них основного тексту – 170. Список використаних джерел та літератури – 234 позиції.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено мету і завдання дисертації, її об'єкт і предмет, описано використані методи дослідження, визначено наукову новизну та практичне значення одержаних результатів, розкрито особистий внесок здобувача, поінформовано про апробацію наукового дослідження на конференціях, наведено відомості про опубліковані праці.

У першому розділі **«Стан вивчення трансформації соціальної проблематики у світовому й українському журналістикознавстві та комунікативістиці»** йдеться про те, що соціальні проблеми на сучасному етапі стали ключовими елементами публічного дискурсу. Разом із тим, хоч вони майже два століття визначають «порядок денний», що його формують медіа, їх зміст, наповненість, тлумачення і, врешті-решт, ставлення до них суспільства суттєво змінювалось відповідно до трансформацій у громадсько-політичній та економічній сферах соціуму. Із цим пов'язана значна кількість наукових теорій, що супроводжували ці процеси та намагались пояснити їх сутність.

У підрозділі 1.1. *«Осмислення соціальної проблематики в ЗМК зарубіжним та українським журналістикознавством»* зазначено, що в нинішніх умовах соціальні проблеми не можна віднести до однієї сфери, вони зазнали певної дифузії, перетворившись, наприклад, на економічно-соціальні, екологічно-соціальні і т. ін.. Ось чому сьогодні під соціальною проблематикою розуміють соціальну стратифікацію, економічні проблеми, соціальну дезорганізацію, соціальну незахищеність різних верств населення, соціальну нерівність, гендерну й расову нерівність, недоліки медицини і, як наслідок, поширення ВІЛ, туберкульозу та інших соціальних захворювань, забруднення навколишнього середовища тощо.

Осмислення соціальної проблематики починається за часів пізнього Просвітництва, коли вона розглядалась у рідніщі світського раціоналізму та гуманізму. Проблеми класової нерівності, дискримінації під час виборів, свободи слова порушувались і вирішувались під час чартистського руху ХІХ ст. Статистичні описи стану суспільних прошарків, що почали здійснювати у Великій Британії в останній третині ХІХ ст., привели до виникнення на їх основі теорії «соціальної патології» (Ч. Бут, С. Сміт). Спираючись на медицину, дослідники тлумачили бідність як суспільну хворобу, своєрідну патологію в здоровому соціальному організмі.

Наприкінці ХІХ ст. прихильник «неквапливого» еволюціонізму та редактор англійського тижневика «Економіст» Г. Спенсер пов'язав із соціальною проблематикою теорію Ч. Дарвіна, започаткувавши напрям «соціальний дарвінізм». Ідея про те, що суспільні процеси підпорядковані тим же законам природного відбору та боротьби видів за виживання, що панують у природі, дозволила пояснити витоки жорстокої конкуренції в капіталістичному світі та соціальної нерівності як закономірності цього відбору. Крайні прояви цієї теорії пояснювали перевагу панівних класів, груп, рас і призвели до таких явищ, як расизм та євгеніка.

Суттєвий внесок в осмислення соціальних проблем на початку XX ст. внесла школа американських позитивістів (Ліпман, Лассуел та ін.) і представники журналістського напрямку «розгрібачі бруду», особливого виду журналістських розслідувань, які використовував у своїх виданнях Дж. Пулітцер.

У підрозділі 1.2. *«Управління соціальними процесами через ЗМІ та його осмислення наукою»* йдеться про те, що як масове явище управління соціальними процесами виникло на Заході внаслідок «управлінської революції» (60-80-ті рр. XX ст.). Спираючись на загальні принципи технологізації соціального простору, воно переслідує прагматичні цілі – отримати найбільший соціальний ефект на певному відрізку соціального простору за найменших управлінських витрат.

В українському суспільстві після набуття країною незалежності назріла ціла низка проблем, безпосередньо пов'язаних зі сферою управління соціальними процесами, через нехтування владою цією сферою. Зокрема, це стосується розробки такої програми соціального управління, яка б дозволила здійснити системний характер управлінської взаємодії, виокремити пріоритети в реалізації корінних інтересів нації, визначити стратегічну мету соціальної політики й ті соціальні орієнтири реформування та розробки будь-якого виду політики, що повною мірою задовольняла б інтереси громадян.

Наявність таких процесів призводить до формування єдиного проблемного поля, на якому об'єднуються, доповнюючи одне одного, управління соціальними процесами з боку держави та висвітлення соціальної проблематики у ЗМК, спрямовані на підвищення добробуту суспільства (як матеріального, так і духовного) і покращання соціального середовища, в якому проживає кожний індивід. Надзавданням висвітлення соціальної проблематики у ЗМК стає зміна моделі поведінки членів суспільства і в підсумку – залучення їх до вирішення соціально важливих проблем, тобто до самого процесу управління.

Підрозділ 1.3. *«Методологічні проблеми осмислення соціальної проблематики у мас-медіа»* присвячений аналізу еволюції та трансформації, що їх переживає тлумачення визначення соціальної проблематики у ЗМК. Знаковим для активного переосмислення здобутків у цій сфері стали десятиліття після Другої світової війни, коли гріке розчарування неспроможністю колишніх цінностей врятувати людство від варварства, змінюється пошуком нових ідеалів, що їх висунуло новостворюване суспільство споживання. Саме в цей час складаються такі наукові школи, як Анненберзька, Торонтська, Франкфуртська, досягають розквіту або виникають напрямки екзистенціалізму, конструктивізму, структуралізму, постмодернізму та ін.. Усі вони так чи інакше переглядають соціальну проблематику, значно розширюючи її, шукаючи нові точки дотику владних інституцій і соціуму з його новими уподобаннями й потребами.

У новітніх розробках (зокрема, Торонтської школи) акцент зроблено на комунікації як такій. Ось чому М. МакЛюен вбачав у культурі сукупність засобів спілкування, а в афористичній тезі висловив думку, що «засоби

комунікації вже самі є повідомленням». Він же оголосив кінець ери «друкарського верстата» та прихід нової епохи, пов'язаної з телебаченням.

Франкфуртська школа та близький до неї філософ Ю. Габермас аналізують еволюцію соціальної проблематики через зародження та розвиток «публічної сфери». З одного боку, саме вона кінець кінцем спричинила появу громадянського суспільства, але утвердження поряд із ним суспільства споживання призвело до соціальної апатії індивідуума.

Структуралізм, як і німецькі неомарксистичні, виключає зі свого арсеналу ідеологію й пов'язує соціальну проблематику не з об'єктивним змістом, а із формами, структурами і знаковими позначеннями, або відображенням у системах різних «мов» – міфологічній, фольклорній тощо.

Нове відгалуження в цьому напрямі, яке дістало назву структуралістський конструктивізм, пов'язане з іменем французького дослідника П. Бурдьє. Він запропонував для виявлення соціальних реалій виходити з принципу подвійного структурування, враховуючи, що в соціальній системі, по-перше, існують об'єктивні структури незалежні від свідомості й волі людей, які здатні стимулювати ті чи інші дії і прагнення людей, а, по-друге, самі структури створюються соціальними практиками агентів.

Італійський учений У. Еко, досліджуючи в роботі «Відсутня структура» рух структуралізму від методу (розуміння структури як оперативної моделі) до побудови специфічної онтології (уявлення про об'єктивну структуру як «вічний закон духу»), доходить висновку, що філософія, щоб не піддаватись ілюзіям і не займатися містифікаціями, не повинна претендувати на глобальне пояснення світу.

Один із найрадикальніших представників постмодернізму Ж. Бодрійяр виходить з ідеї про домінування комунікації як такої, вводячи поняття «комунікаційного суспільства» замість «інформаційного». Сучасну епоху вчений назвав ерою гіперреальності («гіперреальність симуляції»), а її ознаками те, що надбудова визначає базис, праця не виробляє, а соціалізує, представницькі органи нікого не представляють. Одиницею гіперреальності стають «симулякри», які «перевершили історію», створивши замість класів маси і зупинивши «історичний процес».

У другому розділі **«Особливості висвітлення соціальних проблем західноєвропейським телебаченням»** зазначається, що телебачення по-іншому, ніж інші види ЗМК, підійшло до висвітлення соціальних проблем. Глядач не лише став безпосереднім учасником подій й розширив межі побаченого до розмірів закрайового («телевізійне село»), телебачення залишило його у звичному побутовому оточенні й, одночасно, увірвалося до оселі з усім світом.

Підрозділ 2.1. *«Еволюція висвітлення соціальної проблематики на BBC»* присвячено аналізу діяльності першого у світі суспільного мовника. Спираючись на власну Хартію, в якій концепція телемовлення визначена у вигляді трьох складових – інформувати, просвіщати, розважати, BBC уважно стежить за соціальними проблемами суспільства, неупереджено і прозоро інформуючи про них глядачів. Своєрідним тестом для телеканалу став

загальнонаціональний страйк 1926 р., коли його керівництво у соціальному Меморандумі боронило право на висвітлення «суперечливих питань» і давало «адекватні гарантії щодо неупередженості». Ця позиція залишається незмінною вже багато десятиліть і найбільш яскраво була реалізована за часів прем'єрства М. Тетчер, позначеного грандіозними виступами робітників та остаточною капіталізацією економіки держави. Тож, саме BBC постійно доводить, що прагнення журналістів до об'єктивного, неупередженого, відповідального висвітлення соціальних проблем життя справді може бути реалізоване на практиці.

У підрозділі 2.2. *«Соціальна проблематика на сучасному американському комерційному телебаченні»* проаналізовано підходи до висвітлення суспільних проблем телемовниками США, які представляють комерційний сегмент ТБ. Попри бізнесові інтереси, які завжди визначали функціонування радіо і телебачення у США, Федеральна комісія із зв'язку ще у 40-і роки зобов'язала власників у висвітленні важливих для суспільства проблем керуватись «суспільним, а не особистим інтересом». Проривом став Закон про свободу інформації, за яким журналісти могли вимагати від владних структур будь-яку інформацію.

Проте залежність від рейтингу, який визначає ціну за рекламу на каналі, змусила національні телемережі йти шляхом жовтої преси, яка дуже ретельно відбирає соціальні проблеми, акцентуючи в них перш за все сенсаційні та шокуючі деталі, які щедро приправляються розважальними елементами, так званим «інфотейнментом». Крім того, контрольна функція («сторожового пса на службі демократії»), яка колись була однією з найважливіших, у нових умовах переросла в домінантну. ЗМК (і телебачення перш за все) зайняли позиції не всередині і разом із суспільством, а десь поза ним і над ним. Звідси – перфекціонізм, що став нереальним стандартом оцінки людських досягнень. Відомий скандал навколо колишнього президента Б. Клінтона («Монікагейт») в очах 68% американців виглядав як сенсація важлива не для суспільства, а для преси.

У підрозділі 2.3. *«Німецькі ARD та ZDF як приклад звернення до соціальної проблематики на громадсько-правовому телебаченні»* вивчається ефективність дуальної схеми функціонування аудіовізуальних ЗМК на сучасному етапі в Німеччині. На відміну від BBC, де у Наглядову раду входять особи, що мають «загальнонаціональну популярність та авторитет», контролюючі та дорадчі органи німецьких громадсько-правових каналів залучають представників партій, громадських рухів та організацій, різноманітних об'єднань тощо. Це робить їх залежними від позиції тих громадсько-політичних сил, які так чи інакше переважають у керівництві каналів. Останнє призвело до звуження діапазону соціальних проблем, що розглядались в ефірі, зменшення їх гостроти, уникнення журналістами суперечностей їх тлумачення тощо.

Загальнонаціональна дискусія змусила приєднатись до розв'язання цієї проблеми Федеральний конституційний суд, який у своїй постанові щодо

висвітлення «суперечливих проблем» зобов'язав мовника керуватись принципами «врівноваженості змісту, знанням предмета та поваги».

Разом із тим хоч інформаційна політика громадсько-правових каналів і підлягає критиці з боку фахівців та громадськості, саме вони на сьогодні чи не єдині, хто здатний подати глядачеві збалансовану картину суспільного життя. Це стосується і випусків новин, де домінує незмінна від часів заснування ARD програма TAGESSCHAU, і спеціальних соціальних програм, і висвітлення соціальної проблематики в програмах, присвячених політиці, економіці, охороні здоров'я та ін.

У третьому розділі **«Порівняльна характеристика трансформації соціальної проблематики в ефірі національних телеканалів України від 2000 до 2015 рр.»** досліджується висвітлення соціальних проблем вітчизняним ТБ і ті трансформації, яких зазнає ця проблематика під час реформування громадсько-політичних та економічних інститутів держави. Необхідно зазначити, що висвітлення соціальних проблем українським ТБ абсолютно адекватне тій непослідовній, сповненій рудиментів патерналізму колишньої тоталітарної системи соціальній політиці, що її реалізує українська влада. Крім того, в дуальній схемі організації українського ТБ лише «UA: Перший», який нещодавно перетворився із державного на суспільний, залишається осторонь комерційної діяльності. Усі інші залежні від не дуже вибагливої аудиторії, яка формується не через усвідомлення громади стрижнем суспільства, з яким можна і необхідно вести паритетний, рівноцінний діалог, а за принципом чисельності споживачів, що становлять інтерес для рекламодавців.

У підрозділі 3.1. *«Структура та зміст наповнення ефіру національних каналів: огляд і типологія»* зазначається, що незважаючи на декларовану керівництвом нового каналу «UA: Перший» переорієнтацію на суспільно значуще мовлення, частка новин, ток-шоу та інших програм, які розкривають соціальну тематику, ледь перевищує 20%. Проте порівняно з комерційними каналами це вдвічі більше, ніж на каналі «1+1», і значно більше, ніж на «Інтері». Тож, навіть якщо визнати органічним тяжіння комерційних каналів до полегшеної проблематики та розважальних програм, їх самоусуненість від висвітлення соціальних проблем українського суспільства не може не викликати тривогу. Тим більше, що навіть у тих програмах, які позиціонуються як суспільно значущі, соціальна проблематика лише називається та констатується, ніж розкривається. Подібний підхід призводить лише до виокремлення соціальних проблем, однак відсутність глибокої експертної оцінки, аналізу причин та наслідків того чи іншого явища практично не зачіпають глядача або зводять суспільний резонанс програм до побутового рівня.

Навіть більш переконливий у цьому плані «UA: Перший» все ще залишається на рівні описовості та констатації тих чи інших подій, а відтак, нехай і порушуючи соціально важливі теми, не спонукає до дій ні владні інститути, ні громадськість. Разом із тим, проведений аналіз засвідчує, що і суспільний, і комерційні телеканали в Україні мають значний медійний ресурс для радикальних змін у висвітленні соціальної проблематики. Він полягає не в

збільшенні ефірного часу на такі програми, а в появі якісної аналітики високого рівня, вміння за дрібним, поодиноким розглядати суспільні закономірності, здатності своєчасно реагувати на виклики часу та потреби суспільства. У цьому плані журналістам, безумовно, допомогло б звернення і до світового досвіду, і нинішньої аналітики якісної преси Західної Європи та США.

Підрозділ 3.2. *«Специфіка подання соціальної проблематики національними телеканалами України»* присвячено аналізу конкретних програм українських телемовників, що складають масив соціально спрямованих. Як уже зазначалось, перед у цьому напрямку веде реформований «UA: Перший», який замість низки колишніх програм («Шустер LIVE», «В гостях у Дмитрия Гордона», численні концерти М. Поплавського тощо) започаткував різні за формою та рівнем висвітлення соціально спрямовані програми. Серед них програма «Світло» – інтелектуальний діалог ведучого з компетентними гостями, у якому змістовно обговорюються болючі проблеми українського сьогодення. «Слідство. Інфо», у якій реанімовано журналістське розслідування, яке протягом значного часу було відсутнє в ефірі вітчизняного ТБ. Комунікацію між владою та пересічними українцями спробували налагодити в програмі «Уряд на зв'язку з громадянами». Широку панораму соціальних проблем висвітлює «Перша студія», де постійно змінюються не лише гості, але й ведучі, що дозволяє програмі уникати штамів та самоповторів. Актуальною та злободенною стала програма «Війна і мир», авторам якої вдається без зайвого пафосу зануритись у непрості проблеми, що виникли у зв'язку з анексією Криму та війною на Сході країни.

Якщо наповнення соціальної проблематики на «Першому національному» змінилось і кількісно, і якісно, то телеканал «1+1» усі п'ять аналізованих років залишається в статичному стані. Стимули для особливих змін у каналу практично відсутні, бо, за даними Індустріального телевізійного комітету, «1+1» уже декілька років поспіль займає перші місця у загальнонаціональному рейтингу. До соціальних програм тут можна віднести «Службу розшуку дітей», якій канал надає ефір не будучи її виробником, і два своєрідні серіали – «Не бреші мені» (виходив до 2013 р.) та «Сімейні мелодрами», у яких зріз життя соціуму відбувається на приземлено побутовому рівні через скандали, чвари, ворожнечу колишніх близьких людей, яких для цього і запрошують в студію.

«Інтер», який доволі часто позиціонує себе як головний телеканал країни, намагається врівноважити в ефірі співвідношення соціально значущого та розважального контентів. Колись запозичена на російському ТБ передача «Жди меня» зараз не просто додала у назву слово «Україна», але й перетворилась на самостійну і самодостатню програму, яка була удостоєна премії «ТЕЛЕЗІРКА» в номінації «Найкраща соціальна програма». В інших програмах соціальна проблематика надзвичайно гіпертрофована: обираються нетипові, шокуючі глядачів історії, які привертають аудиторію бурхливим натиском емоцій. Це, зокрема, стосується популярного ток-шоу «Стосується кожного», де тенденція не обтяжувати глядача, інформувати розважаючи, змістили акценти у форматі програми з «talk» на «show».

У підрозділі 3.3. «Програми прайм-тайм на національних каналах України» підкреслюється, що пріоритети каналів (особливо комерційних) стосовно соціального блоку видно і з того, в який час вони виходять в ефір. Наразі українські канали повною мірою опанували не лише традиційний вечірній прайм-тайм, але й з успіхом експлуатують наявність значної кількості глядачів під час ранкового ефіру. Проте спроби «Першого національного» говорити з глядачем у цей найбільш сприятливий для обох час поки що не приносять бажаного успіху. Про це свідчить сувора статистика: якщо УТ-1 посідав у загальнонаціональному рейтингу 14 місце, то його суспільний наступник пересунувся аж на 18. Керівництво каналу пояснює це тим, що український глядач не звик поки що до серйозної розмови, особливо в час, який традиційно відводиться для відпочинку, і не втрачає надії змінити ситуацію.

Телеканал «1+1» значно розширив палітру розважальних програм за рахунок продукції «Кварталу 95», а «Інтер» заповнює «золотий час» серіалами і не збирається змінювати пріоритети. Це свідчить про те, що комерційна складова української телеіндустрії вже давно діє за ринковими законами. Проте, засвоївши лише логіку бізнесу як обміну товарами, українські продюсери та власники каналів забувають про формування образу компаній, їх привабливого іміджу як таких, що опікуються не лише власними, а й суспільними інтересами.

## ВИСНОВКИ

1. Соціальна проблематика належить до найбільш важливих сфер суспільного життя, ось чому вона є одним з основних об'єктів журналістської діяльності. Ключовим моментом у її висвітленні пресою протягом майже двох століть є людиноцентричний підхід, який перетворив соціальну складову у всіх її проявах на органічну частину журналістського контенту, особливо коли йдеться про служіння людині й суспільству, а не абстрактному суспільному інтересу.

2. Соціальна функція журналістики утверджується в ній як наслідок революційних потрясінь у Західній Європі та США у XVII – XVIII ст. і хоча продовжує якоюсь мірою політичну та ідеологічну функції, що супроводжують революції, на відміну від них вбачає свою мету в поліпшенні життя людини в соціумі.

3. Найбільш значущу роль у визначенні та утвердженні соціальної проблематики на її ранніх етапах відіграли світський раціоналізм, сутність якого полягала в концептуальному перекладі проблем із стародавнього теологічного контексту добра і зла в раціоналістський контекст аналітичного розуміння та контролю, і просвітницький гуманізм не в його абстрактному, а в соціальному вимірі, сформувавши ідеали свободи, рівності та братерства.

4. Поняття «соціальний» стало одним з ключових сучасного публічного дискурсу. Соціальні пріоритети, що формуються та обстоюються громадськими рухами, політичними партіями, владними інституціями, стають постійною складовою суспільного «порядку денного», а відтак отримують чільне місце у

висвітленні мас-медіа. Функціональна специфіка подібної тематики визначила залученість медіа в конкретне соціальне побутування пересічних громадян, а їх діяльність стала постійним інформаційним приводом та суттєвою складовою інформаційного потоку як у національному, так і в глобальному масштабах.

5. Визначання найважливіших для суспільства соціальних проблем на кожному конкретному історичному етапі залежало від «низів» (тобто суспільства як в цілому, так і окремих його прошарків) та здатності «верхів» (владних інституцій) їх виокремлювати і скеровувати. Преса в цьому процесі виступала і як посередник, що дозволяв оприлюднити й уточнити позиції сторін аж до приведення їх до громадського консенсусу, і як ініціатор та каталізатор у визначенні та розв'язанні окремих соціальних проблем.

6. На початку осмислення соціальна проблематика впродовж значного відрізка історичного часу мала чи не єдине наповнення – нерівномірний розподіл суспільних багатств. Із часом термін отримав більш широке тлумачення, чому посприяло значне ускладнення форм функціонування суспільства та зв'язків у ньому, і наразі поєднує найрізноманітніший спектр проблем соціуму – від голоду і безробіття, соціальної дезорганізації, численних фінансових проблем, расової і гендерної нерівності до використання природних багатств, екологію та багато інших.

7. На сучасному етапі соціальну проблематику, реально наявну в суспільстві і таку, що стала об'єктом висвітлення медіа, неможливо віднести до однієї сфери: вона позначена значною дифузією.

8. Подальшим вивченням і тлумаченням соціальної проблематики як стрижня існуючих у суспільстві проблем та шляхів їх розв'язання заради забезпечення суспільного прогресу під різними ракурсами займалися прихильники позитивізму, соціального дарвінізму, марксизму, модернізму, екзистенціалізму, структуралізму, постмодернізму. З часом спостерігається співіснування різних теорій і підходів і зосередженість на виявленні соціальних технологій, що розглядались з точки зору Анненберзької та Франкфуртської шкіл.

9. Однією з актуальних закономірностей, що визначає діяльність медіа у соціальній сфері, є розробка програми соціального управління, без якої неможливий системний характер розвитку суспільства.

10. Соціальна програма, що розробляється громадським суспільством та владою за допомогою та активною участю медіа, – це різноманіття глобальних технологій, які визначають місце соціальної системи в геополітичному просторі, вирізняють пріоритети в реалізації корінних інтересів тієї чи іншої нації, містять механізми їх реалізації (економічні, політичні, культурні, духовні, екологічні та ін.), і є основоположними для визначення стратегічної мети соціальної політики, соціальних орієнтирів реформування, утворенню будь-якого виду політики, що виражає інтереси громадян.

11. Наявність активної взаємодії влади, що реалізує соціальну політику, і медіа, що забезпечують інформування про неї та її аналітичний і критичний аналіз, створюють єдине проблемне поле, яке об'єднує управління соціальними процесами і соціальну проблематику в пресі, і завданням якого є вирішення

усього спектру завдань, спрямованих на підвищення як матеріального, так і духовного добробуту суспільства.

12. Одним із найбільш важливих видів медіа щодо висвітлення соціальних проблем стало телебачення. Це пов'язано зі специфікою телевізійної комунікації, яка дозволяє проникати в глибину повсякденного існування аудиторії аж до повного злиття з нею, видозмінюючи сам процес інформування порівняно з друкованою пресою та радіо.

13. Символічна картина дійсності, створювана телебаченням, не може бути об'єктивною за визначенням, тож вона активно впливає на консолідацію (або, навпаки, дезорганізацію) суспільства, сприяє ідентифікації та позиціонуванню окремих соціальних прошарків, формує ставлення до матеріальних і моральних засад соціуму, громадських і культурних цінностей, зразків поведінки тощо.

14. Говорячи про особливості висвітлення соціальної проблематики на ТБ, слід враховувати суттєву відмінність між комерційним мовленням з його прагненням домогтись фінансового успіху та громадсько-правовими (суспільними) організаціями, одним із стратегічних планів в діяльності яких є висвітлення та аналіз усього комплексу соціальних проблем, що постають перед суспільством.

15. Однією з перших соціальну функцію почала реалізовувати телекомпанія BBC, керівництво якої ще під час висвітлення загальнонаціонального страйку у Великій Британії у 1926 р. сформулювало концепцію «неупередженості» у «плюралістичному» мовленні.

16. Поняття «суспільного інтересу» як основоположного методу висвітлення соціальної проблематики, сформульоване Федеральною комісією із зв'язку США в 1941 р., яке покладено в основу комерційного телерадіомовлення країни.

17. Ретельно відбираючи соціальні проблеми, комерційне ТБ шукає в них сенсації та шокуючі деталі, які висвітлюються в конкретних програмах через принцип інфотейнменту.

18. На відміну від суспільної BBC та комерційних каналів США, громадсько-правові канали Німеччини більшою мірою залежать від впливу владних структур, партій та цільових аудиторій, прихильність яких формуються за принципом «спіралі мовчання» (Е. Ноель-Нойман), що змушує більшість до останнього чекати на прояв переможних тенденцій, щоб приєднатися до них.

19. Формування комплексу соціальних проблем у незалежній Україні пов'язане з розпадом тоталітарної імперії та переходом від патерналістської моделі розподілу благ за близькістю особистості до партійно-державних інституцій панівного режиму до ліберальної ринкової моделі, коли держава опікується лише нездатними до самостійного існування громадянами.

20. Болючі соціальні проблеми виникають і як породження перехідного періоду від тоталітаризму та адміністративно-командної економіки до демократії та ринкових відносин, що призводить до кричущої майнової нерівності, породжує безробіття та люмпенізацію частини населення,

абсолютну беззахисність пенсіонерів, молоді, дітей та деяких інших соціальних прошарків.

21. Дуальне за своїм характером телебачення України, що складається з державного (нині суспільного) ТБ та комерційних телеканалів не змогло підняти все розмаїття соціальних проблем, а суспільство в силу слабого розвитку в країні громадських інститутів не змогло визначитись з основними проблемами та шляхами їх розв'язання.

22. Влада, в системі якої залишились значні рудименти колишньої тоталітарної системи, не поспішала з вирішенням соціальних проблем, тож і державний канал УТ-1 торкався їх побіжно, обходячи найбільш гострі, а інші висвітлював у позитивному для владних інституцій ключі.

23. Належність приватних каналів промислово-фінансовим угрупованням призвела до їх заангажованості та посприяла захистові вузько-егоїстичних інтересів олігархічних об'єднань.

24. Контент-аналіз передач основних національних телеканалів України засвідчив, що переважний масив соціальних проблем порушується в інформаційних та розважальних програмах (враховуючі фільми і серіали). Аналіз показав, що у випусках новин, ток-шоу, талант-шоу, серіалах тією чи іншою мірою порушено 90% соціальних проблем.

25. Відсутність значної кількості серйозних соціальних програм на українських каналах призводить до побіжності й легковажності у висвітленні, обмеженості репрезентацією «побутовізму». Лише на «Першому національному» відбулися суттєві зміни після подій Майдану. Коли політика мовлення була повністю переглянута відповідно до нового статусу каналу, в ефірі з'явилась значна кількість соціально спрямованих передач, дотичних не тільки до побутових моментів, а й до суттєвих аспектів у житті суспільства.

26. Наслідки трансформації соціальної проблематики у мас-медійному просторі України залишається важливим та актуальним питанням. Поки що маємо справу з розбіжністю української дійсності та тим, що нам демонструють на телеекранах. Соціальні питання постійно висвітлюються, але в розважальних програмах та сюжетах новин. Ті програми, що позиціонують себе як соціальні, висвітлюють цю сферу дуже специфічно. Замовчуються важливі для суспільства питання, їх підмінюють тим, що може шокувати глядача, змусити забути про власні негаразди.

27. Таким чином, трансформація висвітлення соціальної проблематики національними телеканалами України відбулась у двох напрямках: підміна проблематики соціально позитивними новинами, які змушують переключити увагу, та шокуючими сюжетами, life-story, які розповідають про виняткові історії та скривджені долі, відволікаючи від того, що стосується кожного українця, а не кількох головних героїв.

## ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ І ПРИКТИЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДИСЕТАЦІЇ ВИСВІТЛЕНО В 10 ПУБЛІКАЦІЯХ

### *Статті у фахових виданнях*

1. Гурчіані Х. Д. Соціальні медіа й соціальні мережі: до проблеми соціального спрямування інформаційного контенту / Х. Д. Гурчіані // Держава та регіони : науково-виробн. журнал. – Серія : Соціальні комунікації / [гол. ред. О. В. Богуславський]. – 2014. – №4 (20). – С. 58-62.
2. Гурчіані Х. Д. Телебачення як засіб втілення соціальної проблематики в інформаційному просторі України / Х. Д. Гурчіані // Образ : щорічний науковий збірник / [гол. редкол. В. В. Різун, гол. ред. Н. Сидоренко]. – 2014. – №15. – С. 13-18.
3. Гурчіані Х. Д. Ракурс висвітлення соціальної проблематики в ефірі національних телеканалів України у кризовий період / Х. Д. Гурчіані // Держава та регіони : науково-виробн. журнал. – Серія : Соціальні комунікації / [гол. ред. О. В. Богуславський]. – 2015. – №1 (21). – С. 59-63.
4. Гурчіані Х. Д. Управління соціальними процесами через ЗМІ / Х. Д. Гурчіані // Держава та регіони : науково-виробн. журнал. – Серія : Соціальні комунікації / [гол. ред. О. В. Богуславський]. – 2015. – №3 (23). – С. 72-77.
5. Гурчіані Х. Д. Порівняльна характеристика трансформації соціальної проблематики в ефірі національних телеканалів України / Х. Д. Гурчіані // Образ : щорічний науковий збірник / [гол. редкол. В. В. Різун, гол. ред. Н. Сидоренко]. – 2015. – № 1 (16). – С. 30-46.
6. Гурчіані Х. Д. Соціальна відповідальність на сучасному американському комерційному телебаченні / Х. Д. Гурчіані // Вісник Дніпропетровського університету : науковий журнал. – Серія : Соціальні комунікації / [гол. ред. В. Д. Демченко]. – Т. 23. – 2015. – №12. – С. 36-42.

### *Статті в зарубіжних виданнях*

1. Гурчіані Х. Д. Специфіка наповнення прайм-тайм на національних каналах України в докризовий та кризовий періоди / Х. Д. Гурчіані // Сборник научных докладов. Актуальные научные исследования. Теория, практика. – Познань, 2015. – №1. – С. 50-53
2. Гурчиани Х. Д. Социальная проблема как объект журналистского отображения / Х. Д. Гурчиани // Перспективы развития современной филологии (материалы IX международной конференции). – СПб. : Открытие, 2014. – С. 27-29.

### *Статті та матеріали в інших виданнях*

1. Гурчіані Х. Д. Трансформація висвітлення соціальної сфери у процесі еволюції журналістики / Х. Д. Гурчіані // Вісник Дніпропетровського університету : науковий журнал. – Серія : Соціальні комунікації / [гол. ред. В. Д. Демченко]. – Т. 22. – 2014. – №12. – С. 36-42.
2. Гурчіані Х. Д. Місце соціальної проблематики в ефірі національних телеканалів / Х. Д. Гурчіані // Український соціум та медіа: динаміка взаємодії (2010 – 2015 рр.). – К. : Інститут журналістики, 2015. – С. 30-31.

## АНОТАЦІЯ

**Гурчіані Х. Д. Особливості висвітлення соціальної проблематики українським ТБ у контексті глобальних світових тенденцій. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара. – Дніпропетровськ, 2016.

Дисертація присвячена дослідженню особливостей висвітлення соціальної проблематики на загальноукраїнських телеканалах. Утвердившись в журналістиці внаслідок революційних потрясінь у Західній Європі та США XVII – XVIII ст., звернення до соціальної проблематики мало на меті вплив на поліпшення життя людини в соціумі. Ключовим моментом у висвітленні соціальних проблем став людиноцентричний підхід, який і перетворив соціальну складову на органічну частину журналістського контенту.

Одним із найважливіших видів медіа для висвітлення соціальних проблем стало телебачення, що пов'язане зі специфікою телевізійної комунікації, яка дозволяє проникнути у глибину повсякденного існування аудиторії аж до повного злиття з нею. Значний досвід, накопичений суспільним телебаченням у Великобританії та Німеччини і комерційним ТБ у США, засвідчує здатність телекомпаній не лише висвітлювати окремі соціальні проблеми, а й встановлювати «порядок денний» усього суспільного життя.

В Україні за наявності дуальної схеми ТБ із суспільними та комерційними телеканалами висвітлення ними соціальної проблематики займає поки що незначну частину ефірного часу (від 24% – «UA: Перший» та близько 10% – «1+1») та позначено невисоким рівнем осмислення. І якщо на «UA: Перший» після революції гідності помічено зростання кількості соціальних програм і зміни у глибині їх осмислення, то комерційні канали «Інтер» та «1+1» висвітлюють соціальний блок побіжно, обмежуючись пошуками сенсацій та репрезентуючи «побутовізм».

**Ключові слова:** телебачення, суспільне ТБ, комерційне ТБ, соціальна проблематика, інформація, контент, формат.

## АННОТАЦИЯ

**Гурчиани Х. Д. Особенности освещения социальной проблематики украинским ТБ в контексте глобальных мировых тенденций. – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.04 – теория и история журналистики. – Днепропетровский национальный университет им. О. Гончара. – Днепропетровск, 2016.

Диссертация посвящена исследованию особенностей освещения социальных проблем общенациональными украинскими телеканалами. Утвердившиеся в журналистике как следствие революционных потрясений в Западной Европе и США в XVII – XVIII веках обращение к социальной проблематике имело своей целью влияние на улучшение жизни всего общества

как социума. Ключевым моментом в освещении социальной проблематики стал человекоцентрический подход, который и превратил социальную составляющую в органическую часть журналистского контента.

В наше время понятие «социальный» стало одним из определяющих современного публичного дискурса. Функциональное своеобразие подобной тематики определило включенность медиа в конкретное социальное бытие простых граждан, а их деятельность, в свою очередь, стала постоянным информационным поводом и существенной составляющей информационного потока как в национальном, так и в глобальном масштабах.

Одним из важнейших видов медиа для освещения социальных проблем стало телевидение. Последнее связано со спецификой телевизионной коммуникации, которая позволяет проникать в самую суть повседневного существования аудитории вплоть до полного слияния с ней. Значительный опыт, накопленный общественным телевидением Великобритании и Германии, а также коммерческого ТВ в США, свидетельствует о возможностях телекомпаний не только освещать отдельные социальные проблемы, но и устанавливать «повестку дня» всей общественной жизни.

Именно в этих странах были сформированы концепции «непредвзятости» в «плюралистическом» (противоречивом) вещании и принципы гармоничного соединения «частного» и «общественного» интереса в оценке социальной проблематики.

В Украине при наличии дуальной схемы ТВ с общественными и коммерческими телеканалами освещение ими социальных проблем занимает все еще незначительную часть эфирного времени (от 24% на «UA: Перший» до неполных 10% на «1+1») и отмечено невысоким уровнем их осмысления. И если на «UA: Перший» после революции достоинства отмечается рост количества социальных программ и перемены к лучшему в глубине их осмысления, то коммерческие каналы «Интер» и «1+1» освещают социальный блок поверхностно, легковесно, ограничиваясь поисками сенсаций и презентуя «бытовизм».

Последнее связано не только с различными задачами, которые стоят перед общественным и коммерческими каналами, но и отсутствием в Украине четкого понимания социальных проблем, полновесной программы решения социальных задач властью и участием в этих процессах гражданских организаций.

**Ключевые слова:** телевидение, общественное ТВ, коммерческое ТВ, социальная проблематика, информация, контент, формат.

## ANNOTATION

**Gurchiani K. D. Features coverage of social issues in the context of Ukrainian TV in global world trends. – Manuscript.**

Dissertation for the scientific degree of Candidate of Social Communications. Specialty 27.00.04 - Theory and History of Journalism. Oles Gonchar Dnipropetrovsk National University. - Dnipropetrovsk, 2016.

The research is devoted to determination of the features coverage of social issues in the context of Ukrainian TV in global world trends. Having established in journalism as a result of the revolutionary upheavals in Western Europe and the US XVII - XVIII centuries, appeal to social issues was intended to impact on improving the lives of the whole of society as a *socium*. The key point in its coverage became man-approach and turned to organic social component of journalistic content.

One of the most important types of media to highlight social problems was the TV that is connected with the specifics of television communication that allows penetrating into the depths of everyday existence audience up to a full merger with it. Significant experience of public television in the United Kingdom and Germany and the commercial TV in the US, demonstrates the ability of broadcasters to cover not only specific social problems, but also set the "agenda" of all social life.

In Ukraine, the presence of the dual circuit TV from the public and commercial channels coverage of their social problems takes yet a small part of running time (from 24% to "First National" and about 10% of the "1+1") and indicated a low level of understanding. If the "First National" after the revolution of dignity observed increase in the number of social programs and changes in the depth of their coverage, the commercial channel "Inter" and "1 + 1" covering social unit briefly, lightly, limited search of sensations and representing "bytovuhu."

**Keywords:** TV, social TV, TV commercial, social issues, information, content, format.