

УДК 16.03.2016

І. С. Пуцята

## “ФІЛОСОФІЯ ПОВСЯКДЕННОСТІ” В ПРАКТИЦІ “ПЕРШОГО НАЦІОНАЛЬНОГО” ТА “ІСТV”

*Виявлено особливості висвітлення “філософії повсякденності” в сучасному контенті всеукраїнських телеканалів і на цій основі розкрито значення впливу медійної продукції на психологічний стан телеглядача.*

**Ключові слова:** “філософія повсякденності”, телебачення, глядацька аудиторія, психологічний вплив.

### I. Вступ

Духовні цінності, критерії оцінювання, думки та вчинки, інформаційне суспільство XXI ст. формуються під системним впливом, отриманим від усіх засобів масової інформації. Домінуючим є телебачення. Воно “виникло та розвинулося як засіб задоволення певних потреб суспільства, зокрема потреб в оперативній інформації з різних сфер життя, у вираженні та формуванні громадської думки, в освіті та вихованні, естетичному збагаченні та розвагах”.

Сьогодні телебачення є невід’ємною складовою людського існування – вже декілька поколінь виховано за умов перманентної наявності медіа в їхньому житті. Потужний вплив його на глядацьку свідомість – очевидний, проте не до кінця зрозумілими є наслідки цього впливу. Серед питань, які постають перед представниками гуманітарних наук, – проблема тотального інформаційного тиску, спричиненого телебаченням. “Світ стає глобалізованим і віртуальним, інформація поширюється практично з необмеженою швидкістю і без жодних обмежень” – стверджує Вікторія Бабенко [1, с. 87].

Дослідження повсякденного життя ставить низку методологічних проблем, пов’язаних із труднощами узагальнення і оцінювання різноманітних, часто взаємовиключних даних, які розкривають внутрішню неоднорідність і мінливу динамічність повсякденного життя. Повсякденність вимагає міждисциплінарних досліджень, необхідних для залучення різних методологічних принципів. Для формування чітких уявлень про процеси необхідно використання даних як гуманітарних, так і природничих наук; тільки на основі залучення міждисциплінарних підходів можливо розуміння повсякденності.

Повсякденність відіграє важливу роль у формуванні суб’єкта пізнання. У сучасних інформаційних умовах постає питання не просто про існування емпіричного суб’єкта як суб’єкта практичної діяльності, а про саму структуру повсякденності. Під цим поняттям

з одного боку розуміють звичне життя людей, а з іншого трансформовану реальність, де переплітаються і взаємодіють різні види повсякденності.

### II. Постановка завдання

Мета статті – виявити вплив ефірного наповнення “Першого національного” та “ІСТV” на підсвідомість телеглядачів.

### III. Результати

Телебачення має унікальний і потужний арсенал впливу на телеглядача: поєднання звуку, мови, стилю, манери ведення, кольору – всіх засобів, що впливають на реципієнта, пришвидшують запам’ятовуваність подій, сприйняття інформації. Воно – видовище за своєю природою і сутністю. Це зазначають дослідники теорії телебачення, зокрема В. Вільчек, який у своїй книзі “Под знаком ТВ”, розглядаючи видовищність як характерну особливість ТВ наголошує на формуванні під впливом телебачення цілого пласта в галузі прикладного мистецтва, а саме: “мистецтва художнього вирішення комунікативних завдань” [3, с. 142].

Як зауважує В. Бичков: “повсякденність розглядають як нескінченне поле можливостей” [2, с. 33]. Довільно взятий фрагмент вилучається з потоку звичного життя і переноситься в телевізійний простір. Тому на сучасних екранах популярними є різноманітні ток-шоу, які зображають буденність сімейного побуту. Як правило, це спонукає до витіснення реальної повсякденності телевізійною, весь свій життєвий досвід людина отримує з екрана.

Нерідко процес впливу на телеглядача починається із впливу на емоції, бо як зазначає Т. Джига: “Людей вражають та захоплюють чуттєві образи, що викликаються певними словами та асоціацією на них, а не логікою висловлювання” [4, с. 47]. Таку стратегію у сюжеті використали й журналісти “Першого національного”: “*На Хмельниччині загинуло двоє маленьких дітей. Малець задихнулася від чадного диму. Трагедія сталася в Лисогірці Городоцького району. Мати розпалила ґрубку, поруч залишила сушити матрац, а сама пішла на інший*

куток села доїти корову до своєї матері. Поки ходила, матрац задимів. Коли жінка повернулася, вся хата була в куряві. Мату витягла хлопчиків на вулицю, але врятувати їх не вдалося” (Новини. Перший національний. 30.11.2015).

На думку Д. Журбова, “за допомогою телебачення у людини можна викликати викривлені уявлення про реальність, тим самим, впливаючи на її поведінку” [5]. Прикладом є сюжет випуску новин “Першого національного”, перегляд якого може спричинити у телеглядача своєрідну паніку, адже зараз на Сході України йде невизнана війна: “У передмісті Кам’янськ-Шахтинського Ростовської області російські солдати сфотографували і кинули в соціальну мережу снаряди. Ці боєприпаси російсько-терористичні війська використовують проти України” (Новини. Перший національний. 20.04.2015).

Однією з ознак телевізійного зображення є те, що глядач, сприймаючи інформацію, на неї ніяк не реагує, але коли проходить певний час і ця інформація закарбовується в пам’яті, тоді на підсвідомості людина щось робить і не може збагнути для чого, в цьому й полягає нав’язування глядачам своєї точки зору, тобто, маніпулювання їхньою свідомістю. Споживач телевізійного контенту стає беззахисним перед екраном телевізора. “Сьогодні вночі троє чоловіків напали на оператора автозаправки WOC, поранили його з автомата, забрали гроші й почали втікати. Навздогін кинулися міліціонери. Виникла перестрілка, як результат – двоє силовиків загинули, ще троє поранені” (Факти. ICTV. 04.05.2015).

Програмне насичення телепродукції несе руйнівні процеси. Велика кількість сцен агресії та насильства проникає у свідомість людей, що спонукає до необдуманих вчинків. Сучасний споживач телевізійної продукції виробляє своєрідну адаптацію до побаченого й почутого з екранів телевізора. Навіть смерть вже не викликає таких сильних емоційних переживань. У людській свідомості спрацьовує так званий механізм захисту, що допомагає менше реагувати на подразники. Яскравим прикладом може бути інформаційна добірка новин “Першого національного” та “ICTV”: “Молодший сержант Збройних сил України Андрій Бала, якого СБУ напередодні звільнило з полку бойовиків ДНР, розповів про свою неволю. Терористи утримували його у підвалі адмінбудівлі у Макіївці і постійно знущалися, били, заставляли їсти українські нашивки і землю” (Факти. ICTV. 23.04.2015).

“У Донецьку п’яний бойовик на “Жигулях” врізався у Hyundai. Від потужного удару “Жигулі” перекинулися на дах. Сам терорист не постраждав, виліз із машини й

спершу обстріляв Hyundai, а потім прострелив ногу водієві” (Новини. Перший національний. 28.04.2015).

Власники у своїх фінансових та інформаційних перегонах забули про моральні та етичні цінності глядачів. Випуски новин побудовані за принципом не лише проінформувати, а вразити, шокувати глядацьку аудиторію. “Масштабне столічне ДТП здійняло хвилю обурення в Інтернеті. Водій дорогого позашляховика врізався у ряд машин, які стояли на світлофорі. Внаслідок цього госпіталізація знадобилася двом людям. Пошкоджено п’ять автомобілів. За словами свідків, винуватець автопригоди був у неадекватному стані, хизувався пістолетом та посвідченням правоохоронця (Факти. ICTV. 23.04.2015).

“Бажання менеджерів каналів догодити власникам, а власників – сподобатися владі – призвело до того, що журналістика в Україні вже не є четвертою владою” – зазначає Н. Лігачова [6, с. 1]. Якість новин за останній рік різко погіршилася. Зараз дуже багато подій замовчується. З перегляду телепрограм годі оцінити, що відбувається в країні. Телеканали, що більш-менш вільно подають інформацію, можна перерахувати на пальцях. Але вони не становлять тієї могутньої сили, що змогла б впливати на якісні процеси в суспільстві.

Як зауважує В. Ф. Олещко, “журналісти для побудови своїх сюжетів використовують ситуацію, тобто, поєднують умови і деталі для створення певного стану: фізичного, психологічного, морального” [7, с. 37]. “Правоохоронці завершили слідство щодо масового вбивства сім’ї в селі Микулечин. Торік у грудні в тамтешньому лісі знайшли тіла 5 людей: жінки, чоловіка та трьох їхніх малолітніх дітей із вогнепальними пораненнями в голову. Вбивство родини, а потім і самогубство, скоїла жителька Чернівців. Усе – через надмірне захоплення окультною літературою. Зброю родина привезла із собою. Чи були загиблі членами якоїсь секти – слідчі так і не з’ясували”. (Новини. Перший національний. 30.04.2015).

#### IV. Висновки

Сучасний етап розвитку цивілізації характеризується не лише швидкоплинною зміною одних процесів іншими, а й підвищеним рівнем ризикованих ситуацій, у яких проявляється окрема людина. Вихід із цих ситуацій потребує від людини прийняття нестандартних рішень, творчого підходу.

Журналістський текст має значний естетичний вплив на глядацьку аудиторію, тому свій матеріал працівник мас-медіа має вибудувати так, щоб не нашкодити, адже телевізійник ставить глядача віч-на-віч з дійсністю, перед фактом неможливості відійти від практичного вирішення нагальних проблем.

У повсякденності мають прояв наші звички, обряди й традиції, правила поведінки й стереотипи, все це функціонує на рівні підсвідомості, саме в хаосі повсякденного життя дії людини щоденно повторюються, дійшовши автоматизму, і вона часто не дає собі в цьому звіту.

У результаті дослідження доходимо висновку: в сучасному світі все актуальнішим стає вивчення естетики повсякденного життя, побуту, свідомості, що оточує людину. Отже, повсякденність як фундаментальна категорія філософії повинна стати природним предметом естетичного усвідомлення телевізійної продукції каналів. Тож питання "філософії повсякденності" в телеконтенті всеукраїнських каналів є перспективним напрямом подальших наукових пошуків з цього питання, адже у межах статті висвітлено лише певний аспект проблеми.

#### Список використаної літератури

1. Бабенко В. Актуалізатори телевізійного соціоцентричного текстку / В. Бабенко // Теле- та радіожурналістика. – Львів, 2015. – Вип. 14. – С. 87–93.
2. Бычков О. В. Эстетика на переломе культурных традиций / О. В. Бычков. – Москва, 2002. – С. 25–59.
3. Вильчек В. М. Под знаком ТВ / В. М. Вильчек. – Київ : Искусство, 1987. – 142 с.
4. Джига Т. В. Вплив на пам'ять у рекламі / Т. В. Джига // Актуальні питання масової комунікації. – Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, 2002. – Вип. 3. – Ч. 2. – С. 46–49.
5. Журбов Д. Теленасилие (Манипуляции на российских телеканалах) [Электронный ресурс] / Д. Журбов. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/propaganda9.html>.
6. Лігачова Н. Телебачення у нашому житті / Н. Лігачова // День. – 2011. – № 20.
7. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество : учеб. пособ. для курсов "Основы журналистики" и "Основы творческой деятельности журналиста" / В. Ф. Олешко. – Москва : РИП-холдинг, 2003. – 168 с.

Стаття надійшла до редакції 20.10.2015.

#### Пуцята И. С. "Философия повседневности" в практике "Первого Национального" та "ICTV"

*Рассмотрены особенности "философии повседневности" в современном контенте всеукраинских телеканалов и на этой основе раскрыто значение влияния медиопродукции на психологическое состояние телезрителя.*

**Ключевые слова:** "философия повседневности", телевидение, зрительская аудитория, психологическое воздействие.

#### Putsyata I. "Philosophy of Everyday Life" in Practice "First National TV Channel" and "ICTV"

*In article is decrypted philosophy of everyday modern media product. Analyzes provide news and impact of information products "First National TV Channel" and "ICTV" to TV viewers. The attention paid to the various manifestations of the concept in the television industry of Ukraine.*

*In our everyday life manifested habits, traditions, rules and stereotypes. They affect our subconscious. In the chaos of everyday life of the people repeated, become automatic. But this man does not understand. Various manifestations of everyday life are intertwined and form a special local area which covers various aspects of human life.*

*Routine plays an important role in forming the subject of knowledge. In modern terms, the question of information not only about the existence of empirical subject, as the subject of practice, questions raised about the very structure of everyday life. Everyday life on the one hand simple life. Everyday life on the other side not true reality.*

*Research everyday life poses a number of methodological problems are difficulties summaries and assessments that reveal the heterogeneity of everyday life. To generate accurate representations of everyday life require involvement of interdisciplinary approaches.*

*In today's world everything is urgent study of the aesthetics of everyday life, everyday life, everyday consciousness that surrounds. And because routine as a fundamental category of natural philosophy should be the subject of aesthetic awareness television production channels. The question "philosophy of everyday life" in the national channels of TV is perspective direction of further research on this issue, because within the article only covers certain aspects of the problem.*

*The author highlights the following main focus of the article:*

- TV displaces real everyday routine;
- experience obtained from the TV screen;
- manipulation of emotions of viewers;
- there is a distorted view of reality;
- developing indifference to adapt to TV programs with elements of violence distorted view of reality.

**Key words:** "philosophy of everyday life", TV, audience, the psychological impact.