

ЗМІ мають як позитивні, так і негативні чинники впливу на кожного з членів родини. Серед позитивних факторів є інформування, функція освіти та привернення уваги до суспільно важливих проблем. Негативний вплив ЗМІ на споживачів пов'язаний з маніпулятивними механізмами медіа, які проявляються у сугестії, стереотипізації, створенні штучних «ідеальних картинок». Як наслідок, це призводить до порушення взаємовідносин між дружинами та чоловіками, неповаги дітей до батьків, руйнуванню психіки підлітків, та, якщо говорити глобально, до руйнування інституту сім'ї.

Задля запобігання надмірного впливу ЗМІ на внутрішньородинний клімат в Україні, бажано провести низку заходів. По-перше, зменшення екранного часу для кожного члена родини та запровадження спільних сімейних традицій. По-друге, створення якісного сімейного контенту на просторах медіамайданчику. По-третє, організація окремої установи на державному рівні, яка фільтруватиме український сімейний медійний сегмент з метою запобігання висвітлення пропаганди та стереотипізації у цій сфері.

П. Крохмаль

БЛОГЕРСТВО ЯК ОСНОВА СУЧАСНОЇ СПОРТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Р. Krokhmal

BLOGGING AS THE BASIS OF MODERN SPORTS JOURNALISM

У наш час широко розповсюджується тенденція блогерства, адже простий виклад інформації та вільний доступ до неї переважають над традиційними формами її подання.

Спортивна журналістика почала свій розквіт відтоді, як спорт став розвагою для його шанувальників. У сучасному вимірі людство прагне оперативної, достовірної та точної інформації, зокрема про спорт, що сприяло, власне, зародженню спортивної журналістики.

Від початку зародження спортивної журналістики її завданням були публікації матеріалів на спортивну тематику, а саме: підготовка до змагань та їх підсумки, трансфери спортсменів і призначення тренерів, діяльність спортивних організацій, журналістські розслідування гучних справ за участі спортсменів тощо. Тепер же, коли настала епоха блогерів і значно розширився інформаційний простір, блогерство доторкнулося до спортивної журналістики.

Головна ознака спортивних блогерів і блогів — простота. Поштовхом для створення контенту стали проблеми спорту, які не оприлюднювалися традиційними медіа. Для цього колишній спортсмен або спортивний журналіст самотужки бере камеру, мікрофон та приїздить до відомого спортсмена, щоб взяти у нього інтерв'ю, поговорити про проблеми сучасного спорту або про історію спортивного шляху, не уникаючи проблемних моментів.

Аудиторія спортивних блогерів — не тільки дорослі люди, а й закохані в спорт дітлахи та підлітки, яким у наш складний час не вистачає мотивації та натхнення до дій, метою яких є вагомий результат.

Також не менш розповсюдженою стає тенденція змагань професійних спортсменів з любителями. Вона має розважальне та емоційне тло, що теж впливає на слухача, зокрема і на формування в його уяві образу самого блогера.

Насамкінець можу додати, що блогерство, зокрема спортивне, посідає важливе місце в журналістиці, набуває широкої популярності як серед молоді, так і дорослих, окрім того, разом із розвитком інтернет-технологій спортивна журналістика оновлюється.

Р. Безкровний

ВПЛИВ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА СПОЖИВЧУ КУЛЬТУРУ В ПЕРІОД ВІЙНИ

R. Bezkrivnyi

THE IMPACT OF AUDIOVISUAL CONTENT ON CONSUMER CULTURE DURING THE WAR

Війна повністю змінила життя кожного з нас. Це позначається, зокрема, на культурі споживання співвітчизників: все більше українців відмовляються від споживання російськомовного контенту й виявляють посилену увагу до творів українських класиків та сучасних авторів, що цілком закономірно та виправдано, адже писемна культура є повним віддзеркаленням цінностей та пріоритетів минулого.

У репрезентації української літератури в сучасних умовах одним із найдієвіших засобів є аудіоформат. Найголовніші переваги аудіоформату полягають в тому, що він економить час, дозволяючи виконувати рутинну роботу під час прослуховування; підходить людям зі слабким зором; не потребує окремого місця для зберігання, що має часто вирішальне значення для українців, котрі змушені нині подорожувати з мінімумом речей. Крім того, саме аудіокниги та подкасти дозволяють українцям відволіктися від поточних проблем, присвячуючи певний час саморозвитку. Саме зазначені переваги зумовлюють популярність аудіокниг та подкастів серед співвітчизників та привертають увагу видавців.

Проте попри увагу видавців до аудіокниг, розвитку українського сегменту подкастів, нині є багато актуальних і не помічених книг, досі не конвертованих в аудіо. Зокрема це література про сагиру і гумор, дитячі бажання та інтереси, здоров'я і майбутнє. Медіапериони порушують ці теми і для сучасного слухача, адже в нинішніх умовах необхідно вміти радіти, робити щасливими дітей та піклуватися про наше фізичне й ментальне здоров'я. У зв'язку із цим виникає необхідність розвитку аудіопроєктів, спрямованих на популяризацію української художньої літератури. Одним із таких проєктів є «Аудіокниги BezTexta», основне завдання якого — озвучення творів українських письменників минулих століть для сучасних поколінь. Всі аудіозаписи супроводжуються синопсисом щодо змісту, аби школярі мали всю необхідну інформацію під час підготовки до заліків. Озвучена література буде корисна для людей будь-якого віку, адже кожен має пізнати фундамент писемної культури нашої країни. Декламація поезії, оповідань чи романів вустами нинішніх читців — це творчий подих, який має призвести до реакції суспільства, розвитку внутрішніх цінностей та переосмислення буття.

Отже, нині аудіальне мистецтво — це своєрідний рупор, що є голосом не лише письменників та митців минулого, а й кожного, хто поглинає цю культуру і проєктує її у власній свідомості. Власною мовою людина, тим більше, котра має авторитет перед суспільством, здатна керувати масами і пропугувати їм ті ідеї і думки, які нівелюватимуть увесь інформаційний шум, створений засобами опонентів.