

УДК 007:304:070

НЕЙТРАЛІЗАЦІЯ АГРЕСІЇ У ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ВИПУСКАХ РЕГІОНАЛЬНИХ НОВИН

Парасковія Дворянин

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

У статті розглядаються характерні особливості нейтралізації агресії у регіональних медіа, зокрема у новинних телевізійних випусках. Проаналізовано як впливають на глядача події, що провокують агресію, і запропоновано альтернативні способи до її зменшення.

Ключові слова: агресія, спілкування, комунікативний процес, телебачення, інформаційні технології, вплив медіа.

Постановка проблеми. Український телевізійний простір вперше за роки незалежності та свого формування опинився в ситуації, яка щодня створює нові виклики і вимагає від журналістів новітніх навиків та реакцій. Інформаційні потоки упродовж останнього року лише накопичують у телеефірі тривогу, агресію, страх та безвихідь. Тому важливо проаналізувати види агресії у сучасному телепросторі, зокрема регіональному, дослідити можливість її нейтралізації у новинах та запропонувати альтернативу тривожним телесюжетам. Це зумовлено ще й тим, що сьогодні український споживач новин не уявляє себе без газет, радіо чи інтернету, а найчастіше – без телебачення. Це підтверджують і результати опитування, проведеного 3-19 січня 2015 року Агентством стратегічного консалтингу Bohush Communications. Отож, найважливішим каналом для отримання інформації про життя регіону для 69,4% респондентів є телебачення, для 21,3% – інтернет, радіо обрали 2,8%, з газет дізнаються про події 2,3% опитаних. Припускаємо, що з розвитком комп'ютерних технологій телебачення мало б втрачати потенційну аудиторію, проте відповідно до вище згаданого опитування 46,7% респондентів не користуються інтернетом взагалі. Під час дослідження, яке проводив Київський міжнародний інститут соціології, опитали 1 тис. 9 респондентів, які проживають на Львівщині. Похибка вибірки – 2,5% [19].

Телебачення далі охоплює великий сегмент аудиторії медіаринку і є потенційним середовищем для акумулювання та розповсюдження агресії, особливо у час потенційної загрози суверенітету країни, воєнного конфлікту та інформаційних атак агресора. Агресія, що є характерною особливістю більшості новинних випусків упродовж останнього року в Україні, робить аудиторію, яка перебуває у стані потенційної тривоги, узалежненою від таких новин. Журналісти, що вперше зіткнулись з війною та усіма її психоемоційними характеристиками, у більшості своїй не мають досвіду висвітлення таких подій, тому не завжди знають, що протиставити цій агресії, як її нейтралізувати та трансформувати.

Метою роботи є висвітлення потенційних можливостей регіональних медіа та їх вплив на глядача в умовах війни, пошуки альтернативи і способів нейтралізації агресії.

Основне **завдання** дослідження – простежити вплив агресії на людину та запропонувати способи її нейтралізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

До питання інформаційної війни звертались українські науковці, найбільш розлого, на наш погляд, її описав український науковець Георгій Почепцов [13]. Автор вважає, що «сьогодні одна телекартинка події, передана світовими агентствами, може стати аргументом для початку військових дій» [13, с.642]. Науковець визначає інформаційні війни як інформаційні технології, що впливають на інформаційні системи, маючи на меті введення в оману масової чи індивідуальної свідомості, виведення з ладу або десинхронізацію процесів управління суспільством та його складовими [13]. Власне зараз в Україні і політологи, і історики, і медіааналітики почали більше аналізувати інформаційні війни як явище. Проте наукових праць, які б давали розуміння впливу на глядача новин про воєнну агресію саме Україні, не багато. Українські дослідники зазвичай пишуть про екранне насильство і його вплив на дітей та підлітків, залякування аудиторії з намірами перемогти на виборах чи відволікти увагу від прогалин влади. Що ж протиставити агресії, яку у новинах спричиняють повідомлення про війну, мобілізацію, переселенців, втрату фінансової стабільності і впевненості у завтрашньому дні, – відповідей на це питання у науковій літературі наразі ще критично мало.

Виклад основного матеріалу.

Вже рік українське суспільство перебуває у стані стресу. «Стрес не є чимось поганим, – пише український письменник Тарас Прохасько, – саме стресова мобілізація дає здатність зорієнтуватися у небезпечній ситуації і знайти шлях до адаптації. Тривалий стрес приводить до виснаження. І тоді вже про ніяку адаптацію не йдеться. Якою би складною не була особистість, реакцій застресованих людей може бути дуже небагато. Найтипівіших реакцій є три. Втеча, заціпеніння і нестримна агресія» [14].

Слово агресія походить від латинського «aggredi», що означає «нападати». Існує безліч теоретичних обґрунтувань виникнення агресії та її природи. Зігмунд Фройд вважав, що агресивна поведінка інстинктивна і немінуча і є наслідком складної взаємодії двох найпотужніших інстинктів: енергія першого типу спрямована на зміцнення, збереження і відтворення життя, енергія другого – на руйнацію і припинення життя [16].

Лоренц, який дотримувався більш еволюційного підходу до тлумачення агресії, вважав – агресивну енергію породжує інстинкт боротьби за виживання, вона генерується в організмі спонтанно, безупинно, накопичуючись з часом [16].

П. Лазаренко стверджує, що агресивні дії можуть бути послаблені чи їх взагалі можна усунути, зорієнтувавши особу на позитивну модель поведінки чи змінивши умови, що сприяють прояву агресії. І власне до цього тлумачення ми ще повернемося, аналізуючи ситуацію в українських медіа [16].

До речі, агресію не варто розглядати лише як негативну категорію. Особистість повинна мати певну частку агресивності, оскільки агресія є невід'ємною характеристикою активності і адаптації людини. У. Клайн вважає, що агресія просто необхідна для активного життя. Адже вона породжує наполегливість, ініціатива, завзятість у досягненні мети, подолання перешкод. Ці якості властиві лідерам. Р. С. Хоманс вважає, що агресію може викликати ситуація, пов'язана

з прагненням до справедливості. Реан А.А., Бютнер До. розглядають агресивні прояви як звільнення від тривоги. Отже, агресію можна розглядати і як біологічно доцільну форму поведінки, що сприяє виживанню і адаптації. З іншого боку, агресію розцінюють як зло, як поведінку, що суперечить позитивній сутності людей, і що важливо для нашого дослідження агресія – це реакцію на тривалий стрес, про що у нашій роботі зазначено вище [16].

Протиставити агресії та страху можна поінформованість і знання. Інформації мусить бути стільки, щоб аудиторія розуміла, в якому світі живе, усвідомлювала, яким буде завтрашній день, вирізняла – хто є хто, особливо у час, коли глядач є об'єктом для грубих маніпуляцій агресора. Журналіст Катерина Сергацкова у блиц-інтерв'ю газеті «День» акцентує: «За умов війни, а тим більше інформаційної, в людей зростає емоційність та агресивність, відбувається поляризація суспільства. Завдання журналіста – розібратися, а не провокувати конфлікт» [15].

Мовна агресія може змінюватись за ступенем інтенсивності та формами її прояву: від висловлення неприязні й недоброзичливості до словесних образ [2].

Зброєю в інформаційній війні загалом є новина, проте агресію може спровокувати слово, страх та тривогу – відеоряд. Термінологія інформаційної війни – завжди суб'єктивна, навіть якщо журналіст не вдається до коментувань того, що відбувається, а лише вживає емоційно забарвлені слова «погроми», «безпорядки», «агресор», «терористи», «бандерівці». Такі терміни завжди викликають у глядачів внутрішній опір і готовність до зовнішньої чи внутрішньої загрози.

Адже відомо, що очікуваний та прогнозований наслідок впливу в інформаційній війні – досягнути потрібного рівня тривожності в глядачів, встановити контроль за поведінкою людини, насамперед посягти емоційний страх, коли емоція страху переважає, і людина не може критично мислити. Тоді вона повірить у все, що їй скажуть, адже тривога має властивість наростати, а велике напруження знижує рівень сприйняття. Тому Ігор Лосєв наголошує: «аби не програвати інформаційних воєн, журналісти мають бути гранично точними у визначеннях і думати, що говорять» [9].

Війна, яку ми бачимо з екранів, – це різновид війни, який не лише руйнує будівлі та міста, але й руйнує аудиторію, адже максимальне маніпулювання в інформаційній війні відбуваються тоді, коли треба деморалізувати іншу сторону конфлікту, мобілізувати свою і переконати, що те, що робить ініціатор війни, робиться справедливо.

Водночас у глядача відбувається залежність від інформації – чим вона тривожніша, тим більше притягує. Українці проводять більше часу, переглядаючи телевізійні новини або оновлюючи інформаційні стрічки онлайн-видань. У такий спосіб, – стверджує Отар Довженко, – виникає ілюзорне відчуття контролю та причетності до важливих подій. Однак рано чи пізно виникає і зворотний ефект – перенасичення інформацією, огида до новин і бажання дистанціюватись від них [18]. Негативні новини не викликають внутрішньої агресії у телеглядачів, однак спричиняють значну тривожність і помітне погіршення настрою, які за певних умов можуть переходити у хворобливі стани психіки. Це засвідчують результати дослідження, проведеного Інститутом Журналістики та Інститутом біології Київського національного університету імені Тараса Шевченка [17].

Ми проаналізували щоденні випуски телевізійних новин регіональних телеканалів – у Харкові та у Львові. Для моніторингу було обрано час з 19 по 23 січня 2015 року, коли конфлікт на Сході України був у гострій стадії, стартувала

четверта хвиля мобілізації і переселенців з Луганська та Донецька евакуйовували до Харкова та Львова. Власне ще й тих міркувань для дослідження обрали ці міста. З 75 новин, які подав упродовж тижня харківський телеканал «Сімон», 48 – мали негативне забарвлення. Щодня випуски харківських новин починались словами: «потерпіли від теракту», «пролунав вибух», «у центрі міста вбили адвоката», «через агресію Росії економіка втратила», «смертельне ДТП», «можуть залишитись без даху над головою» тощо. Суттєво не відрізнялась ситуація і у Львові – з 87 новин за тиждень у Головних новини на ТРК «Люкс» 42 – мали негативне забарвлення. Серед подій, що редакція їх подала у верстці, більшість починались словами, які могли викликати агресію: «вбили і викинули», «квітанція за садок зростає і аж на 70 відсотків», «вчителі та медики без зарплати», «інформаційна війна і приниження», «прибули поранені бійці», «вийшли на дорогу через погану дорогу», «освітній колапс» тощо.

Беручи до уваги теорію Г. Почепцова про асиметричну відповідь [13], журналістам найкраще застосувати тактику висвітлювання позитиву, акцентуючи на гідності та патріотизмі тих, хто поруч, кого ми знаємо і хто може бути прикладом для наслідування. Власне новини регіональні й можуть бути якнайкращим інструментом для такої тактики. Серед проаналізованих є й такі – зокрема «Україна відзначає день Соборності і Свободи», «Харківщина і Німеччина будуть співпрацювати», «на Харківщині збільшилось виробництво молока», «ті, що беруть участь у розвитку країна отримали нагороди». Такий дискурс дозволяє глядачеві вірити, що країна, а разом з нею її громадяни мають перспективу мирного вирішення конфлікту і закінчення війни. У Львові позитивну альтернативу агресії бачимо з перших речень у деяких телевізійних новинах, до прикладу – «маємо бюджет», «святити воду цілим містом», «поєднати Львів із Польщею», «у фартовому місті вперше приймуть африканців». Проте слід зауважити, що таких тем критично мало, глядач не відчуває балансу між позитивом і негативом, агресивний світ переважає, бо по замовчуванню, за звичкою реакції вважають: саме така подача новин триматиме увагу аудиторії.

Окрім асиметрії з ухилом до позитиву медіааналітики пропонують використовувати гумор, і у новинах зокрема. На жаль, в проаналізованих нами випусках таких прикладів майже не має, що свідчить про абсолютно зашорене, стереотипне сприйняття журналістами новинного контенту.

Формуючи верстку випуску, телевізійні журналісти до певної міри нав'язують порядок денний глядачеві, збіднюючи його світ на сьогодні, роблячи цей світ абсолютно чорно-білим і форматним. У глядача може скластися враження, що поза тим, що йому запропонувала регіональна редакція, нічого більше не відбувалося. Тому, коли йдеться про подолання і нейтралізацію агресії – журналістам варто було б вийти за межі звичного і зробити неочікувані від них речі. До прикладу, нещодавно у Головних новинах Львова з'явилася рубрика «А тим часом...», яку ведучий оголошує словами «поза війною життя триває, і сьогодні ми побували» – місця редакція обирає найнесподіваніші – пологовий будинок, школа, ринок, стадіон і показує, що там відбувалося.

Отож, аби не програти у війні, а тим паче – у війні інформаційній, треба подбати про свого глядача, його комфорт та нейтралізувати агресію, що її сьогодні надміру пропонує реальність. Інструментів та засобів для цього, як бачимо, є достатньо.

Висновки.

Агресор використовує технологію для слабких ланок людської психіки. Людина, залякана і зневірена, не може адекватно сприймати дійсності, критич-

но мислити і приймати рішення. Не лише країна та її інституції мали б дбати про стратегії, які б змінила якість інформації з обстоювання інтересів держави та своїх громадян, кожна редакція мала б мати альтернативу агресії, яка супроводжує новини з війни і про війну.

Старі форми та підходи в медіа не в змозі дати гідну відповідь на виклики XXI століття. Журналіст не повинен уникати інформації, що може породжувати емоційну нестабільність суспільства, радше навпаки – показувати, що суспільство має базові цінності, традиції, віру, які можуть втримати нас у моменти тривоги, відчаю та страху. В умовах інформаційної війни, насамперед зовнішньої, сучасні регіональні канали мають перевагу перед центральними – вона у більшій обізнаності своєї аудиторії, розуміння її цінностей, потреб та історії регіону. Можливість протистояти дезінформації, діяти на випередження, передбачати, які саме повідомлення готуватиме опонент, на місцевих телеканалах значно легше, ніж у столиці країни. Насамперед тому, що регіональне ЗМІ, на наше переконання, може чіткіше передбачати стереотипи, які зазвичай автори інформаційних воєн розробляють для маніпуляцій населенням того чи іншого регіону.

Отож, при такій неоднозначній та нерівній ситуації, йдеться передовсім про інформаційну безпеку та медіаграмотність суспільства, інакше телебачення використовують у процесах, які вигідні ініціаторам воєн. Журналіст мусить удосконалювати професійні якості, працювати в межах журналістських стандартів та етики, і через кілька фільтрів перевіряти інформацію, яку отримає, а також уникати медіаприйомів, які, підсилюючи емоційний вплив, можуть викривляти об'єктивну реальність і викликати відчуття страху, безвиході, гніву, ненависті тощо. Гадаємо, найвищий час задумуватись про місію сучасної регіональної журналістики і про новини як інструмент нейтралізації агресії під час негативного впливу на глядача. Щоб професійно працювати в нових умовах, сучасний журналіст має бути гранично відкритим до різних можливостей реальності та бачити максимально широку картину дійсності, працюючи в умовах інтеракції з суспільством і глядачем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агрессия и насилие [Електронний ресурс]: реферат. – Режим доступу: http://www.5ka.su/ref/psychology/1_object21237.html
2. Антонян Ю. М. Жестокость в нашей жизни [Електронний ресурс] / Ю. М. Антонян – М. : Из-во «Инфра-М», 1995. – 320 с. – Режим доступу: <http://www.lawlibrary.ru/izdanie32621.html>
3. Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других / В. В. Бойко. – М.: Наука, 1996.
4. Бодалев В.А. Восприятие и понимание человека человеком./ В.А. Бодалев – М., 1982.
5. Варенко В.М. Інформаційно-аналітична діяльність / Навчальний посібник / В.М.Варенко.– К.: Університет «Україна», 2013. – 416 с.
6. Демченко С. В. Масова комунікація як чинник формування громадянського суспільства в незалежній Україні (глобальне і національне): Монографія / С.В. Демченко. – Дн-ськ: Вид-во Маковецький, 2009. – 368 с.
7. Інститут масової інформації. Етичні засади роботи журналіста: західний досвід. – К.: Софія–А, 2004.

8. Куляс І., Макаренко О. Ефективне виробництво теленовін : стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформативника / Практичний посібник для журналістів / І. Куляс, О. Макаренко. – К. : ХББ, 2006. – 120 с.
9. Лосєв І. Інформаційна безпека: як укріпити / Ігор Лосєв // День. – 2014. – 8-9 травня.
10. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.
11. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння / Б. Потятиник. – Львів.: ПАІС, 2004.
12. Поцепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика: Навч. посіб. для студентів ВНЗ, аспірантів, викладачів. – 2-ге вид., стер./Почепцов Г.Г., Чукут С.А. – К., 2008. – 663 с.
13. Прохасько Т. Чоловік ся цілеє, а Бог кулі носить [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zbruc.eu/node/32121>
14. Сергацкова К. Обережність, такт і ... вміння швидко бігати / Катерина Сергацкова // День. – 2014. – 8-9 січня.
15. Філоненко М. Психологія спілкування / Навчальний посібник / М. Філоненко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.
16. Науковці КНУ імені Т.Шевченка: негативні новини не викликають внутрішньої агресії у телеглядачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/naukovtsi_knu_imeni_tshevchenka_negativni_novini_ne_viklikaют_vnutrishoi_agresii_u_teglyadachiv/
17. Що війна робить із медіа, що медіа роблять із нами / Лекція викладача Школи журналістики Українського католицького університету Отара Довженка в рамках дискусійної складової проекту CSM «Культура. Завтра». [Електронний ресурс]. – Режим досупу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/scho-viyna-robyt-iz-media-scho-media-roblyat-iz-namy.html>
18. Результаты социологических исследований: социально-политическая ситуация во Львове и Львовской обл. /исследование КМИС/[Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://press.unian.net/event/6939-rezultaty-i-sotsiologicheskikh-issledovaniy-sotsialno-politicheskaya-situatsiya-vo-lvove-i-lvovskoy-oblasti-issledovanie-kmis.html>
19. <http://press.unian.net/pressnews/1042452-v-lvovskoy-oblasti-liderami-politicheskikh-predpochteniy-ostayutsya-samopomich-i-bpp-narodnyiy-front-teryayet-pozitsii-opros.html>

NEUTRALIZATION OF AGGRESSION ON REGIONAL TV BROADCASTING

Paraskovia Dvoryanyn

*Ivan Franko National University of Lviv
49 Chuprynky Street, 79044, L'viv, Ukraine
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

In this article we take a view of characteristics of aggression neutralization in the regional media especially in the TV news. The impact of the events that provoke an aggression on a TV viewer is analyzed and alternative ways for its reduction are proposed.

Key words: aggression, communication, communicative process, television, informational technologies, media influence.

НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ АГРЕССИИ В ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ВЫПУСКАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ НОВОСТЕЙ

Прасковья Дворянин

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

В этой статье рассматриваются характерные особенности нейтрализации агрессии в региональных медиа, в частности в новостных телевизионных выпусках, проанализировано как влияют на зрителя события, что провоцируют агрессию, и предложено альтернативные способы к ее уменьшению.

Ключевые слова: агрессия, общение, коммуникативный процесс, телевидение, информационные технологии, влияние медиа