

РЕГІОНАЛЬНЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ТА СТЕРЕОТИПИ У МОЛОДІЖНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Середа А. Ю., студ.гр. ЖТ-01

У сучасному світі існують безліч факторів, які прямо чи опосередковано впливають на думку людини щодо тієї чи іншої ситуації, події. Особливо вразливою в цьому сенсі є молодь, яка ще не має чіткої громадянської позиції. Стереотип постає як певне уявлення або образ, що передає, відображає, конкретний об'єкт (явище, факт, тип людей тощо) у стислій, виразній формі, поширений у суспільстві взагалі та певному соціальному середовищі зокрема [1, 69]. Крисько В. зазначає, що стереотипи виникають, зазвичай, під впливом двох чинників: конкретизації (прагнення до пояснення абстрактних понять через конкретні образи, доступні й зрозумілі для індивіда та всіх членів спільноти) і спрощення (виділення однієї або декількох ознак, які є визначальними для розкриття складного поняття) [2, 133]. А сучасне телебачення є тим потужним чинником формування стереотипів у реципієнтів.

Мета нашого дослідження – з'ясувати, яким чином телебачення впливає на формування стереотипів у молодіжному середовищі та якими засобами досягається поставлена мета. Предмет аналізу - інформаційні сюжети про флешмоби Регіонального телебачення Сумщини (РТС) за період з 2011 до лютого 2013рр.

Теоретичною основою «флешмоба», який активно завойовує й медіа-простір, є робота Г. Рейнгольда «Розумний натовп». Флешмоб (від англ. flash - мить і mob - натовп) перекладається як «миттєвий натовп». Подія відбувається швидко й масово. «Розумні натовпи складаються з людей, здатних діяти узгоджено, навіть не знаючи один одного», - зазначає аналітик [5]. Спеціаліст із організації флешмобів, Брязкун В. так визначає це поняття: «Флешмоб - це отримання задоволення учасниками. Ми просто робимо те, що нам подобається» [6].

Флешмоби в останнє десятиліття потужно входять у молодіжне середовище, науковці ж дають класифікацію цього феномена: класичний флешмоб, політ-моб або соціо-моб, монстрація (від демонстрації), і-моб, арт-моб, екстрім-моб, L-моб, Фан-моб, Date-моб Моб-Хаус, Моб-гра та фаршинг [7].

Учнівська та студентська молодь обізнана з цим явищем, а дехто навіть брав участь у флешмобах. Основним джерелом організації є Інтернет та телебачення, де перший – організатор, то роль останнього

- формувати ставлення суспільства до нього. Мобери, як правило, не «люблять уваги» ЗМІ, бо це зменшує ефект несподіванки від проведення акції. На спеціальних сайтах є прохання до журналістів – не привертати надмірної уваги до заходу. Але від подальшого просування в ефірі та популяризації мобери не відмовляються.

Сьогодні флешмоб є комерційним, бо яскраве та неординарне явище успішно використовується в бізнесі, піарі та рекламі. Склалися навіть розцінки на моберські послуги[8].

Проаналізувавши архів Регіонального телебачення Сумщини за два роки, ми виділили серед сюжетів 8 матеріалів у межах обраної теми. Основна їх риса – інформація про події, які об'єднували, згуртовували молодь задля привертання уваги до соціально значущих ідей - 2.10.12р. «Бук-кросинг»; 7.05.12р. - «Марш миру»; 31.10.11р. - «Проти паління», 7.06.11. - «Флешмоб».

Сюжет 02.10.12р.(тривалість 16сек.) «Буккросинг»(колообіг книжок), підготовлений журналісткою Боровик О., наближає місцевих глядачів до світової тенденції безкоштовного наближення бестселерів до читацької аудиторії, є своєрідною рекомендацією освіченої молодшої людини (вперше ідея була задумана й втілена Ронном Хорнбекером у травні 2002 року).

Популярним сьогодні є політичний флешмоб [3]. Регіональне телебачення Сумщини має досвід висвітлення таких флешмобів. Один із них присвячений Дню Соборності України (22.01.13р.), ініціаторами проведення якого стали студенти СумДУ, утворивши символічний ланцюг єдності. Сумська молодь уперше перейняла традицію своїх колег із сусідніх областей (Дніпропетровськ, Харків, Київ).

Студентська молодь відгукується на артмоб благодійного спрямування - сюжет 07.06.11р. під назвою «Флешмоб»: місцеві танцюристи дали благодійний концерт, щоб зібрати кошти на лікування дворічної онкохворої Лізи Ковальчук.

Отже, журналісти РТС – не лише показали, але й «запропонували» молодим глядачам стереотипи поведінки «миттєвого натопу».

Ми провели міні-опитування серед студентів щодо особистого бажання взяти участь у подібних акціях, підтриманих регіональним телебаченням. 57% респондентів підтримують проведення, але ще не готові до подібних вчинків, бути в центрі уваги.

Отже, враховуючи дослідження вчених, набутки РТС, власне дослідження – можемо припустити, що регіональне телебачення

впливає на поведінкові моделі молоді. Флешмоб – новітня «забавка» сучасного суспільства. Флешмоби привертають увагу соціально активної частини спільноти до важливих суспільних проблем.

Список літератури

1. Жилин И.М. Ложные стереотипы в буржуазной пропаганде / И.М. Жилин // Функционирование языка как средства идеологического воздействия. –Краснодар, 1988.
2. Крысько В.Г. Этническая психология: учеб. пособ. / В.Г. Крысько -2-е изд. стер.- М.: ИЦ «Академия», 2004.- 320с.
3. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания /П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.
4. Купрій Т.Г., Головка М.Ю. Флешмоб як соціальне явище і технологія інформаційної комунікації / Т.Г.Купрій, М.Ю.Головка// Грані. Соціологія. – 2012.- №12.- С.71 - 75.
5. Рейнгольд Г. Розумний натопв: нова соціальна революція / Г. Рейнгольд. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. - 416 с.
1. Брязкун В. Флешмоб: розвага для молоді чи спосіб управління людьми? [Електронний ресурс] / В. Брязкун / / Офіційний сайт Всеукраїнської молодіжної громадської організації «Союз обдарованої молоді". - Режим доступу: <http://www.som.org.ua/fleshmob.html>.
2. Флешмоби. Електронний режим доступу [<http://fmob.at.ua/index/0-8>].
3. Клоков И.В. Чёрный PR: запрещённые приемы нападения и защиты/ И.В.Клоков – СПб.:Питер, 2007. -208 с.: ил.

Наук. кер. — Яременко Л. М., *ст. викл. кафедри журналістики та філології*

Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів факультету іноземної філології та соціальних комунікацій, м. Суми, 19-20 квітня 2013 р. / Відп. за вип. В.В. Опанасюк. — Суми : СумДУ, 2013. — Ч.3. — С. 109-112.