

першого у світі робота-диктора, який дозволить ефективніше працювати з новинами та економити гроші на телеведучих.

Провідні світові ЗМІ протягом останнього десятиліття використовують штучний інтелект при створенні інформаційних матеріалів: висвітлюють новини, створюють аналітичні матеріали щодо результатів місцевих виборів, оголошують результати матчів, генерують фейки.

Поки що журналісти-роботи не стали повноцінною заміною людському інтелекту, лише звільнили їх від монотонної роботи, аби у людей було більше часу для креативу. Разом з тим вимоги до журналістів та ведучих стають жорсткішими. Наприклад, працювати з відео- та фоторедакторами, знімати, фотографувати, володіти основами програмування, драматургії, виконувати роль режисера, оператора, репортера та монтажера.

В Україні недостатньо висвітлюються питання щодо використання і потенціалу штучного інтелекту, його впливу на сферу новин та інформації.

Необхідно професійно розібратися в розумінні і використанні нових технологій, які впливають практично на всі аспекти сучасного життя та стрімко його змінюють.

В. В. Жуков

РЕАЛІТІ-ШОУ В УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРІ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ТВОРЕННЯ

V. V. Zhukov

REALITY-SHOW IN UKRAINIAN TELEVISION SPACE: CULTUROLOGICAL ASPECT OF CREATION

Сучасні реаліті-шоу на телебаченні є, безумовно, «ерзац-продуктами» культури, які не породжують власних сенсів, а лише імітують явища оточуючої дійсності, користуються її формами, сенсами, механізмами дії, нерідко пародіюючи їх, редукуючи до рівня сприйняття «малокультурного» споживача. Проте не варто оцінювати ці телевізійні жанроформи однозначно негативно. Вони породжуються об'єктивними процесами соціальної модернізації суспільства, акумулюючи на екрані соціальний досвід життя, певним чином реалізуючи інкультурну та соціалізуючі функції. Нині телебачення переймає на себе функції первинної соціалізації особи в умовах суспільства із невизначеними суспільно-індивідуальними межами існування.

Оскільки існування сучасної екранної культури виражається у все більшій її стандартизації, уніфікації та технізації, то в умовах певної «турбулентності» українського суспільства ці особливості українського телебачення, з одного боку, відіграють певну стабілізуючу роль, а з іншого — певним чином нівелюють диференціацію індивідуальних запитів особистостей на задоволення їх культурно-естетичних запитів.

До культурологічних аспектів означеної проблеми, на наш погляд, належать:

- виявлення культурного впливу реаліті-шоу, які існують в українському телевізійному просторі, на глядацьку аудиторію (якісні та кількісні показники такого впливу);

- виявлення соціокультурних механізмів, які реалізуються через такі реаліті-шоу, на формування певних культурних сенсів і на національну ідентифікацію глядача;
- визначення типів мистецького віддзеркалення реальності українськими митцями-телевізійниками — творцями реаліті-шоу;
- і, нарешті, культурологічного осмислення значущого для української аудіовізуальної культури явища — реаліті-шоу, жанроформи, яка концентрує у собі новітнє ставлення українців до реальності, яка їх оточує.

Окреслені культурологічні аспекти зумовлюють розуміння реаліті-шоу як специфічної художньої жанроформи, з одного боку, а з іншого — як інструмента реалізації певних культурно-суспільних функцій. Ставлення до реаліті-шоу як глядачів, так і експертного середовища — неоднозначне.

Попри певну популярність, в активній та свідомій частині українського суспільства виникають настрої морального невдоволення якістю та спрямованістю телевізійних художніх форм, «облегшених» за своїми культурними сенсами. Реаліті-шоу, які, як правило, балансують на межі психологічної норми, часто виконують терапевтичну функцію. Водночас ці жанроформи активізують роль підсвідомого, ірраціонального, «демона підсвідомого», що підстібається стресовими ситуаціями, які штучно створюються авторами реаліті-шоу. Провокуючи межу поведінку в кадрі усіх діючих осіб реаліті-шоу, автори виявляють як «проблемні зони» такої поведінки, так і тиражують стереотипи поведінкової межовості для глядацької аудиторії.

Дослідники культури стурбовані інтенсивністю впливу реаліті-шоу на молоде покоління українців. Функція первинної соціалізації, яка реалізується під час трансляції цих жанроформ, є своєрідною, адже реаліті-шоу сприймається молодим глядачем, переживається ним, але, як правило, не реалізується в дійсності або повторюється механічно, без розуміння контексту. Це руйнує традиційність передачі життєвого досвіду в культурі і суспільстві, змінює механізми традиційної соціалізації, вибудовує інші пласти суспільно-індивідуальної комунікації або, що є гіршим), порушує будь-яку комунікацію.

Отже, дослідження культурологічних аспектів дії сучасних реаліті-шоу в українському телевізійному просторі дозволить виявити якісні та кількісні показники їхнього впливу на глядацьку аудиторію, охарактеризувати типологію цих жанроформ, які концентрують у собі новітнє ставлення українців до реальності, що їх оточує.