

ВПЛИВ ТЕЛЕБАЧЕННЯ НА ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВ'Я ЯК ОСНОВНОЇ ВІТАЛЬНОЇ ЦІННОСТІ ЛЮДИНИ

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія.

Випуск 2 (42).

УДК 070:654.197]:316.77

DOI: 10.24144/2663-6840/2019.2(42).195–199.

Лівцька О. Вплив телебачення на формування здоров'я як основної вітальної цінності людини; кількість бібліографічних джерел – 13; мова українська.

Анотація. У статті проаналізовано вплив та роль телебачення на формування здоров'я як важливої життєвої цінності сучасної людини. З'ясовано, що в українському телеєфірі транслюється ряд програм, які присвячені здоровому способу життя, харчуванню, безпеці тощо. Однак функціонують телевізійні матеріали, у яких зображується агресія, насильство, зловживання людьми шкідливими звичками, що негативно впливають на суспільство.

Ключові слова: вплив, вітальні цінності, здоровий спосіб життя, телебачення, телевізійна програма.

Постановка проблеми. Нині, в епоху цифрових технологій, сучасне життя важко уявити без засобів масової інформації. Радіо, телебачення, періодичні видання, інтернет-ЗМІ стали невід'ємними атрибутами світу сучасної людини. Сила впливу медіа на свідомість і поведінку громадян велика. ЗМІ не лише інформують суспільство, але й сприяють формуванню громадської думки, пропагують певні цінності. Тому важливо розглянути певні тенденції впливу ЗМІ, зокрема телебачення, на формування життєвих цінностей, які серед соціальних, політичних, моральних, релігійних займають одну з найважливіших ролей. Актуальність дослідження зумовлена вагомістю вітальних цінностей, що є основою життя людства, популяризування яких належить четвертій владі суспільства, а саме – журналістиці.

Аналіз досліджень. Зауважимо, що науковці оцінюють вплив медіа на життя людини в прямо протилежних значеннях. Так, за словами психолога О. Войскунського, ЗМІ – це потужний чинник впливу на свідомість людей. Сьогодні люди щодня отримують багато нової інформації, часом навіть не замислюючись про джерело її поширення. Телебачення, радіо, друкована продукція, Інтернет – усе це щоденно впливає на вибір людини, починаючи від того, який йогурт вона з'їсть на сніданок, закінчуючи вибором Президента держави [Назаров 2006, с. 10]. Відомий фахівець у галузі масових комунікацій В. Лизанчук зазначає: «...людські спільноти творяться мережами інформаційних комунікацій, через які передається необхідна державно-політична, суспільно-економічна, ідеологічна, історична, етнічна та інша інформація [Лизанчук 2004, с. 75]. Американський філософ Е. Тоффлер вбачає у цьому явищі паростки нової, більш високої та гуманної цивілізації, інформаційного суспільства, реальний рух до «гетерогенної, особистісної, антибюрократичної, шукаючої, мислячої, творчої держави», яка здатна вирішити найбільш гострі конфлікти сьогодення [Toffler 1990, р. 236].

Українські дослідники І. Михайлин [Михайлин 2002], А. Москаленко [Москаленко 1998], В. Різун [Різун 2004] зауважують, що журналістика

впливає на формування ціннісної та світоглядної картини світу кожної людини, яка живе в соціумі.

А. Гриценко [Гриценко 2004], Н. Костенко [Костенко 2006], О. Волянська [Волянська 2004], В. Снігульська [Снігульська 2007], констатуючи спустошувальний та руйнівний вплив на особистість і культуру мас-медіа, зокрема телебачення, оцінюють щораз більшу роль інформаційної влади дуже песимістично.

Так, відомий італійський кінорежисер Ф. Фелліні вважав, що «з допомогою гіпноотичної сили видовища, яке і вдень і вночі без перерви приходиться до людей в будинок, телебачення зруйнувало не тільки світ кіно, але також ставлення індивіда до дійсності. Усе життя – природа, наші друзі, література, жінки – все поступово згасає під впливом цього маленького екрану, який стає дедалі більшим та проникає усюди. Він поглинув усе: реальність, нас самих і наше ставлення до дійсності» [Пугачев 1997, с. 357].

Так чи інакше, засоби масової інформації перетворилися на могутній соціальний інститут, що виховує соціально-громадянські, національно-духовні почуття, звички, цінності тощо. Вони беруть активну участь у формуванні та розвитку особистості, мають вплив на духовне вдосконалення аудиторії, виховання моральних якостей та духовних принципів.

Мета статті – з'ясувати роль ЗМІ, зокрема телебачення, у формуванні вітальних цінностей людини, дослідити телевізійні матеріали, у яких простежуються вітальні цінності, та виокремити переваги й недоліки впливу цих медіапродуктів. Досягнення поставленої мети вимагає виконання таких завдань:

- зрозуміти сутність поняття «вітальні цінності»;
- визначити програмне наповнення українського телебачення;
- ознайомитися з особливостями телепрограм в українському телеєфірі;
- проаналізувати вплив телевізійних програм на формування вітальних цінностей, зокрема здоров'я людини;

– з'ясувати переваги і недоліки впливу телепрограм на глядача.

У процесі дослідження застосовувалися такі методи: аналіз – вивчення телевізійних програм за допомогою їх мисленнєвого розкладу на елементи, завдяки чому з'являється можливість детально дослідити кожний елемент як самостійне ціле; контент-моніторинг – змістовий аналіз наукових праць з метою отримання якісної інформації стосовно дослідження впливу телебачення на користувача; конкретизація – метод дослідження телепрограм, за допомогою якого вивчаються їхні різні аспекти, зважаючи на різнобічність, досліджується стан, який відповідає конкретним умовам; порівняння – метод наукового дослідження, завдяки якому можна встановити спільне і відмінне між телевізійними матеріалами; системний аналіз – вивчення телепрограм завдяки встановленню взаємозв'язків між структурними елементами телебачення; узагальнення – метод дослідження, за допомогою якого формується загальне поняття, що характеризує предмет дослідження.

Виклад основного матеріалу. З-поміж усіх видів ЗМІ телебачення залишається головним для значної частини людства засобом задоволення інформаційних та культурних потреб, набуття знань, організації дозвілля. Так, громадська організація «Детектор медіа» та Київський міжнародний інститут соціології у 2019 р. разом провели дослідження, яке має назву «Довіра до ЗМІ, вплив російської пропаганди, медіаграмотність». З'ясувалося, що, як і раніше, телевізійні ЗМІ залишаються джерелом №1 у структурі медіаспоживання в Україні. Значно зросла аудиторія інтернет-ЗМІ – це стосується як сайтів новин, так і соціальних мереж. Нині розрив в Україні між переглядом телебачення й інтернет-медіа досі залишається великим. Українські національні канали набирають 74%, українські інтернет-ЗМІ – 27,5%, а соціальні мережі – 23% [ГО «Детектор медіа» 2019]. Тобто медіапродукт телебачення споживає кількість реципієнтів, яка втричі більша за інтернет-спільноту. Отож, українське телебачення, особливо 5 основних телеканалів – це поки що основне джерело для більшості українців.

Тому пропонуємо розглянути телебачення як чинник формування вітальних цінностей сучасної людини, зокрема взяти до уваги топ найпопулярніших загальнонаціональних каналів. Нагадаємо, у дослідженні від КМІС рейтинг каналів виглядає таким чином: «1+1» (50%), «Україна» (43%), «Інтер» (34,4%), «ICTV» (32,5%), «СТБ» (31,4%) [ГО «Детектор медіа» 2019] та ін. Найбільш популярний телеканал – «1+1».

Ряд програм на цих телеканалах пропагують одну з основних вітальних цінностей – здоровий спосіб життя. Це передусім ранкові програми «Сніданок з 1+1» (1+1), «Ранок у великому місті» (ICTV), «Ранок з Україною» («Україна»), «Спорт» (UA:перший), у яких простежуються як різні спортивно-оздоровчі вправи, так і поради щодо здорового харчування. Адже формування, збереження і зміцнення здоров'я людини є актуальною про-

блемою і предметом першочергової важливості. Здоровий спосіб життя забезпечує повноцінний розвиток і реалізацію можливостей кожного, сприяє їх соціалізації і є необхідною умовою виховання всебічно розвиненої особистості. Дивлячись ці програми, можна дізнатися про те, як харчуватися, щоб бути здоровим, як дотримуватися правильного харчування; як сформувати корисні звички, які внесуть позитивні зміни в повсякденне життя; як підвищити свою ефективність та навчитися справлятися зі стресовими ситуаціями тощо. Також варто говорити про трансляцію футбольних, баскетбольних, тенісних матчів, у яких, крім інформації про спортивні події, наводяться причини необхідності займатися спортом. Окремо можна виділити перші в Україні тематичні канали «Футбол 1», «Футбол 2» для широкої аудиторії вболівальників, присвячені виключно футболу.

Варто згадати про телевізійні програми медичного спрямування – «Школа доктора Комаровського» (Інтер), «Як ваше здоров'я?» (UA:перший). Із цих програм можна отримати кваліфіковані поради щодо збереження власного здоров'я, профілактики та запобігання різним хворобам. Йдеться про кращі традиційні та новітні методики лікування, рекомендації щодо використання тих чи тих медичних препаратів. Тут також порушуються соціальні проблеми – алкоголізму, наркоманії, токсикоманії, паління в дитячому та юнацькому середовищі. Ведучі програми дають рекомендації щодо того, як відмовитися від цих поганих звичок та подолати залежність. Додамо, що лікарі, які стають гостями програм, допомагають розібратися у симптомах тих чи тих хвороб та наслідках несвоєчасного лікування. Такі програми є пізнавальними та корисними для глядача, оскільки інформують про різні аспекти сучасної медицини. Важливими є програми про харчування – «Все буде добре» (СТБ), «Готуємо разом» (Інтер). Основною їх метою є як презентація різних кулінарних рецептів, так і пропаганда правильного харчування та лікувальних дієт. Ці телевізійні програми відрізняються від передач про кулінарію, кулінарних майстер-класів та конкурсів наявністю рекомендацій щодо правильного харчування й випробуваннями різних стратегій харчової поведінки. У них розповідається про те, які продукти є корисними для здоров'я людини, які не завдають шкоди організму, а які навпаки – негативно впливають на споживача. Однак ведучі більше уваги акцентують на процесі приготування задля створення розважального контенту для глядача, що, на жаль, призводить до мінімізації інформації про здорове харчування.

Отже, основна форма втілення на українському телебаченні ідей здорового способу життя відбувається під час «ток-шоу». У передачах «Школа доктора Комаровського», «Все буде добре», «Сніданок з 1+1», «Ранок у великому місті» (ICTV), «Ранок з Україною» розмова або інтерв'ю з лікарями, учасниками, широкою глядацькою аудиторією доповнюється візуалізацією певних корисних порад, сюжетами «з життя», ігровими практиками.

Досить популярними стають реаліті-шоу в українському медіапросторі. Серед українських «реаліті-шоу» про здоровий спосіб життя найпопулярнішим є «Зважені та щасливі» (СТБ) – телевізійний конкурс, у якому змагаються реальні люди, які мають проблему із зайвою вагою. Зауважимо, що телевізійні канали України активно використовують іноземні формати, котрі адаптують для українського глядача. Так, «Зважені та щасливі» – українська версія популярного американського шоу «*The Biggest Loser*» («Той, що втрапив більше за всіх»). Суть проекту полягає в тому, що учасники, які мають зайву вагу, худнутьимуть, та ще й боротимуться за приз у 250 тисяч гривень. Звернемо увагу, що у програмі йдеться про те, як схуднути, повернути здоров'я і красу, не завдаючи шкоди організму. З одного боку, над схудненням учасників працюють тренери з фітнесу, які розробляють програму фізичного навантаження для свого підопічного, враховуючи особливості організму тієї людини. З іншого боку, дієтологи телепрограми радять, як контролювати апетит, як обирати лише корисні продукти, як очистити організм від шлаків та нормалізувати обмінні процеси, тобто слідкують за правильним харчуванням учасників.

Наступна програма «*Вагітна в 16*» – українська версія американського шоу «*16 and Pregnant*». Це шоу висвітлює різні ситуації, пов'язані з труднощами, що виникають у підлітків під час вагітності. Важливо те, що телепрограма підтримується Міністерством охорони здоров'я України. Головні героїні проекту – дівчата від 13 до 17 років. Учасницям доводиться дуже швидко «дорослішати», щоб впоратися з усіма труднощами: незрозумінням з боку батьків, засудженням з боку родичів, друзів, товаришів тощо. У кожній серії розповідається нова історія. Після завершення випуску виходить пост-шоу – «Дочки-матері», де Д. Карпачов, відомий телеведучий, підсумовує й оцінює ефективність допомоги для майбутньої мами. Варто зазначити, що основна ідея програми – не засуджувати дівчат, а допомогти їм, показати правильний шлях. Тому телепрограма «*Вагітна в 16*» є важливою для підтримки дівчат з ранньою вагітністю, зокрема для поліпшення їх фізичного та морального здоров'я.

Наявність цих та інших телевізійних програм про здоровий спосіб життя свідчить про те, що в український контент поступово інтегруються відомі світові програмні бренди; вітчизняні телевиробники, адаптуючи означені бренди для українського глядача, набувають необхідного професіоналізму для створення власного, вітчизняного телевізійного продукту, а ціннісні орієнтації на здоровий спосіб життя поступово стають доступними українському глядачеві.

Телебачення відіграє велику роль у пізнанні світу, у забезпеченні динамічного спілкування, у підтриманні соціальної рівноваги, але водночас володіє руйнівною силою. В українському телепросторі транслюються програми, які переповнені картинками про агресію, що не сприяє культивуванню в молодіжному середовищі добра, злагоди, розуміння, чесності. Безперечно, є певний зв'язок між такими журналістськими матеріалами, де пере-

важає цинізм, фальш, лицемірство, жорстокість, й асоціальними проявами у поведінці молоді, правопорушеннями, злочинами, які є невід'ємною частиною загальної криміногенної ситуації в країні й збігаються з її тенденціями та напрямками.

Загрозливого характеру набуває розповсюдження і вживання наркотичних засобів серед молоді. За даними Українського моніторингового центру з наркотиків та алкоголю Міністерства охорони здоров'я, на обліку у 2018 році перебували близько 346 тисяч наркозалежних українців. Проблема ускладнюється ще й тим, що наркоманія спричинює правопорушення і злочини. Заручившись підтримкою медиків, психологів, правоохоронців, а також церкви, тележурналісти акцентують увагу на необхідності боротьби з наркоманією як соціальним явищем, розповідають, яку шкоду це завдає здоров'ю людини. Професійно висвітлюють цю тему в телепрограмах «*Секретні матеріали*», «*Гроші*» (1+1), а також у новинних сюжетах «*ТСН*» (1+1), «*Вікна*» (СТБ), «*Факти*», «*Надзвичайні новини*» (ICTV), «*Сьогодні*» («Україна») та ін. Також ці теми є предметом обговорення у популярних ток-шоу «*Говорить Україна*» («Україна»), «*Стосується кожного*» (Інтер), «*Один за всіх*», «*Кохана, ми вбиваємо дітей*» (СТБ). У них беруть участь фахівці з окремих проблем, зокрема правники, психологи, медики, які привертають увагу до складних сімейних проблем, що стосуються як морального, так і фізичного здоров'я. Ці програми здебільшого складаються з розмови в студії, коротких відеоматеріалів про героїв телепередачі та коментарів фахівців. А ще у студії свої поради, як вийти зі складної ситуації, дають українські «зірки», які мали б бути моральними авторитетами для суспільства. Натомість, у студії часто сидять постійні герої скандальних рубрик. Також можна стверджувати, що чвари, які відбуваються у студії між учасниками під час програм «*Говорить Україна*» («Україна»), «*Стосується кожного*» (Інтер), «*Один за всіх*», «*Кохана, ми вбиваємо дітей*» (СТБ), є негативним прикладом для глядачів. Зрозуміло, що концепції цих передач тяжіють до сенсаційності, тому складаються з такого контенту.

Особливо варто виокремити програму «*Кохана, ми вбиваємо дітей*», у якій демонструється агресивність та аморальність. Знімальна група, а разом з нею і глядачі стають пасивними спостерігачами сімейного насильства. Хоча за моральними законами жодні рейтинги не можуть виправдати бездіяльності, коли на ваших очах знущаються над дітьми чи жінками. Крім того, демонстрація в ефірі способів фізичного і психологічного насильства над слабшим – це не вирішення проблеми. «Коли б років тридцять тому хто-небудь сказав, що у нас буде створена школа для навчання теорії та практики насильства, ніхто б у це не повірив... І все ж це відбулося: навчання молодих людей насильству ведеться в масштабах, не бачених в історії. І робить це телебачення» [Урхем 1997, с. 251], – зазначив відомий психіатр Ф. Урхем, який проводив дослідження серед в'язнів Нью-Йорка з метою виявити причини, які штовхнули їх на насильство.

Натомість на українському телебаченні немає жодної телепрограми, яка б демонструвала позитивний досвід сімейного виховання дітей. За словами дослідниці функціонування телебачення в Україні Н. Максимової, «для більшості дітей нині телебачення стає чи не головним вихователем. Це зумовлене, по-перше, тим, що батьки часто не мають можливості приділити увагу дітям, а школа взагалі не вважає виховання дітей своїм обов'язком. По-друге, властивостями самого телебачення, а саме тим, що воно дає нову інформацію в цікавій, яскравій формі, яка сприймається без будь-яких зусиль та попередньої підготовки і в зручній для глядача час» [Максимова 1996, с. 35].

Безперечно, оригінально зроблені телевізійні передачі про героїчні українські постаті, які заслуговують шани, можуть слугувати ідеалами для дітей, підлітків, юнацтва і для громадян будь-якого віку. Яскравим прикладом такої діяльності є проекти «Хорообрі серця» та «Переможці» телеканалу «1+1» про героїв АТО, які стали моральними авторитетами для молоді, слугують прикладом незламності, сміливості, відданого безкорисного служіння суспільству і державі. У цих проектах простежуються можливості телебачення у виховному процесі підростаючого покоління.

Висновки. Отже, ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні вітальних цінностей людини. Зокрема телебачення, оскільки є наразі найвпливовішим засобом масової інформації. Варто зазначити, що саме ці цінності є найважливішими, адже задовольняють тілесне буття людини, гарантують її існування.

ЛІТЕРАТУРА

- ГО «Детектор медіа» Довіра до ЗМІ, вплив російської пропаганди, медіа грамотність в Україні. *Українформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2661632-dovira-do-zmi-vpliv-rosijskoi-propagandi-mediagramotnist-v-ukraini-prezentacia-sociologichno-doslidzenna.html> (дата звернення: 13.08.2019).
- Грищенко А.В. Влияние сцен насилия, демонстрируемых на телевизионных экранах, на поведение детей в реальной жизни. *Педагогика*. 2004. № 5. С. 38–42.
- Волянська О., Пилипенко В., Сапелкіна О. Роль засобів масової інформації в соціалізації агресії. *Персонал*. 2004. № 7. С. 88–91
- Костенко Н. Флуктуації довіри до українських медіа. *Українське суспільство 1992–2006. Соціологічний моніторинг*. Київ: ІС НАН України, 2006. 391 с.
- Лизанчук В. Феномен невмирущості нації. *Наукові записки АН ВШ України*. 2004. Вип. 6, 9–29. С. 74–81.
- Максимова Н. Вплив телебачення на формування особистості молоді. *Ефір і закон*. 1996. № 1. С. 31–37.
- Михайлин І.Л. Основи журналістики: підручник. 3-є вид., доп. і поліпш. Київ: ЦУЛ, 2002. 284 с.
- Москаленко А.З. Теорія журналістики: навч. посібник. Київ: Експрес-об'ява, 1998. 336 с.
- Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Москва: УРСС, 2006. 311 с.
- Різун В.В. Основи журналістики у відповідях і заувагах. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2004. 80 с.
- Снігульська В. Телебачення – інформаційний помічник чи джерело агресії. *Соціальний педагог*. 2007. 9. С. 50–53.
- Урхем Ф. В защиту Homosapien. *Иностранная литература*. 1997. № 6. С. 249–258.
- Toffler A. Powershift: Knowledge, Wealth, and Violence at the Edge of the 21-st Century. New York; London, 1990. P. 1999.

REFERENCES

- HO «Detektor media» (2019) Dovira do ZMI, vplyv rosijskoi propahandy, media hramotnist v Ukraini [Trust in the media, the impact of Russian propaganda, media literacy in Ukraine]. *Ukrinform*. URL: <https://www.ukrinform>.

В українському телепросторі функціонує ряд програм, які сприяють формуванню цих цінностей, зокрема здоровому способу життя – «Школа доктора Комаровського», «Все буде добре», «Сніданок з 1+1», «Ранок у великому місті» (ICTV), «Ранок з Україною», «Зважені та щасливі», «Вагітна в 16». Також транслюються програми, у яких пропонуються різні варіанти боротьби з наркоманією, злочинністю: «Надзвичайні новини» (ICTV), «Секретні матеріали», «Гроші» (1+1). Не залишаються поза увагою й такі телепередачі, як «Хорообрі серця» та «Переможці» (1+1), у яких популяризується патріотичне виховання молоді. Однак в Україні є певний відсоток телевізійних програм, у яких пропагуються насильство, шкідливі звички, різні форми девіантної поведінки. Прикладом таких передач є «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Один за всіх» (СТБ), «Говорить Україна» («Україна»), «Стосується кожного» (Інтер).

Підсумовуючи, зауважимо, що телеінформація не повинна бути лише сенсаційним товаром; вона має ґрунтуватися на глибокій моральній і духовній основі. Засоби масової інформації, визнаючи свою ціннісно-нормативну ідеологію, основними пріоритетами мають обирати загальнолюдські цінності: соціальну справедливість, високу моральність, духовність та культуру тощо. Сьогодні гостро постає питання про необхідність розвитку інформаційної екології, яка формує здоровий інформаційний спосіб життя людей у соціальному і природному середовищі, що допомагає створити орієнтири для виховання особистості.

ua/rubric-presshall/2661632-dovira-do-zmi-vplyv-rosijskoi-propagandi-mediagramotnist-v-ukraini-prezentacia-sociologicnogo-doslidzenna.html (accessed 13 August 2019) [in Ukrainian].

2. Gritsenko A.V. (2004) Vliyanie stsen nasilya, demonstriruemyykh na televizionnykh ekranakh, na povedenie detey v real'noy zhizni. Pedagogika. [The effect of violent scenes on television screens on children's behavior in real life. Pedagogics]. № 5. S. 38–42 [in Russian].

3. Volianska O., Pylypenko V., Sapelkina O. (2004) Rol zasobiv masovoi informatsii v sotsializatsii ahresii. Personal [The role of the media in the socialization of aggression. Personnel]. № 7. S. 88–91 [in Ukrainian].

4. Kostenko N. (2006) Fluktuatsii doviry do ukrainskykh media. Ukrainske suspilstvo 1992–2006. Sotsiolohichniy monitorynh [The phenomenon of the immortality of the nation. Scientific notes of Academy of Sciences of the Higher School of Ukraine]. Kyiv: IS NAN Ukrainy, 391 s. [in Ukrainian].

5. Lyzanchuk V. (2004) Fenomen nevmyrshchosti natsii. Naukovi zapysky AN VSh Ukrainy [Fluctuations of trust in Ukrainian media. Ukrainian Society 1992–2006. Sociological monitoring]. Vypusk 6, 9–29. S. 74–81 [in Ukrainian].

6. Maksymova N. (1996) Vplyv telebachennia na formuvannia osobystosti molodi. Efir i zakon [The impact of television on the formation of youth. Aether and the law]. № 1. S. 31–37 [in Ukrainian].

7. Mykhailyn I.L. (2002) Osnovy zhurnalistyky: pidruchnyk. [Fundamentals of Journalism: a textbook]: 3rd edition, suppl. and improv. Kyiv: TsUL, 284 s. [in Ukrainian].

8. Moskalenko A.Z. (1998) Teoriya zhurnalistyky: navchalnyi posibnyk [Theory of Journalism: a textbook]. Kyiv: Ekspres-obiava, 336 s. [in Ukrainian].

9. Nazarov M.M. (2006) Massovaya kommunikatsiya v sovremennom mire : metodologiya analiza i praktika issledovaniy [Mass communication in the modern world: analysis of methodology and practice of researches]. Moscow: URSS, 311 s. [in Russian].

10. Rizun V.V. (2004) Osnovy zhurnalistyky u vidpovidiakh i zauvahakh [The basics of journalism in answers and notes]. Kyiv: Taras Shevchenko National University of Kyiv, 80 s. [in Ukrainian].

11. Snihulska V. (2007) Telebachennia – informatsiinyi pomichnyk chy dzherelo ahresii. Sotsialnyi pedahoh [Television is an informational assistant or a source of aggression. Social pedagogue]. № 9. S. 50–53 [in Ukrainian].

12. Uerkhem F. (1997) V zashchitu Homosapien. Inostrannaya literatura [In defense of Homosapien. Foreign literature]. № 6. S. 249–258 [in Russian].

13. Toffler A. (1990) Powershift: Knowledge, Wealth, and Violence at the Edge of the 21-st Century. New York; London, 1990. S. 1999 [in English].

THE IMPACT OF TELEVISION ON THE FORMATION OF HEALTH AS THE MAIN LIVING HUMAN VALUE

Abstract. The power of media influence on the consciousness and behavior of citizens is great. The media not only inform the society, but also contribute to the formation of public opinion, promote certain values. Therefore, it is important to consider the media influence, in particular television, on the formation of vital values. The relevance of the study is due to the importance of the vital values, which are the basis of human life, the promotion of which belongs to the media.

The aim of the study is to find out the role of the media in formation vital values of a person, to explore television materials that trace vital values, and to highlight the benefits and disadvantages of the influence of these media products. We take into account the programs of the most popular TV channels in Ukraine («1+1» (50%), «Ukraine» (43%), «Inter» (34,4%), ICTV (32,5%), «STB» (31,4%).

There is a certain percentage of television programs about healthy lifestyle, safety, nutrition, well-being etc. in Ukraine (E.g. «Breakfast with 1+1», «To speak Ukraine», «Concerns Everyone», «Doctor Komarovsky's School», «Cooking Together», «Everything will be good», «The Biggest Loser», «Brave Hearts», «Winners» and others). However, there are also many programs in which violence, abusive habits, various forms of deviant behavior are promoted («Honey, We're Killing the Kids»).

However, TV information should not only be sensational. It must be based on a deep moral and spiritual foundation. Mass media, defining their normative ideology, should choose the universal values: social justice, high morality, spirituality, culture as the main priorities. Today there is a pressing question about the need for the development of information ecology, which forms a healthy informative way of life for people in social and natural environment, which helps to create guidelines for the education of the individual.

Keywords: healthy lifestyle, influence, television, TV program, vital values.

Стаття надійшла до редакції 30 вересня 2019 р.

© Лівіцька О., 2019 р.

Оксана Лівіцька – кандидат філологічних наук, асистент кафедри журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Кам'янець-Подільський, Україна; <https://orcid.org/0000-0003-2747-0566>

Oksana Livitska – Candidate of Philology, Assistant Professor of the Department of Journalism, Kamianets-Podilskyi Ivan Ohiyenko National University, Kamianets-Podilskyi, Ukraine; <https://orcid.org/0000-0003-2747-0566>