

Теремко А.В.

студент,

Київський університет культури

**УКРАЇНСЬКІ ДРУКОВАНІ ТА ОНЛАЙН МЕДІА:
ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ КОНКУРЕНТНОГО
СПІВІСНУВАННЯ**

Медіа – обширне поняття що включає в себе інформаційні прийоми і засоби, які служать безпосередньо для того, щоб передати певне повідомлення тому, хто його потребує. До поняття «медіа» може відноситись друкована інформація, музична композиція, радіопередача, що подається людям в найрізноманітніших формах. Слово «медіа» здебільшого не використовується самостійно, а для того щоб підсилити схожі словоутворення.

Люди з давніх давен відчують потребу в інформації. Медіа – це радіо, телебачення, преса, різні носії інформації що займаються

задоволенням потреб людини. Загалом медіа відіграють роль носія інформації для споживачів. У житті кожної людини вони займають певне місце. Для когось – це цілий своєрідний світ, без якого не проходить жодного дня, а для когось – не більше, ніж засіб дізнатися щось нове, тому вони читають/дивляться анонси, афіші, рекламу [3].

В сучасному світі медіа потрібен ексклюзив, адже якщо це справді цікава тема, то її будуть обговорювати всі ЗМІ. Тому медіа намагаються стати ексклюзивними, знайти цікавий інфопривід, бути не такими як всі. Ті медіа, які можуть надати професійних експертів та цікаві історії, набагато більше цінуються, аніж будь-які інші.

Термін «медіа» можна визначити як процес створення, надсилання, а також отримання і аналіз повідомлень для широкої аудиторії. Такі повідомлення можуть передаватися як за допомогою усних засобів масової інформації, так і в письмовому вигляді. Медіа враховує не тільки такі фактори, як причина і мета створення повідомлень, але і середовище, через яке воно потрапляє до цільової аудиторії [4, с. 303]. Суспільство зазвичай покладається саме на засоби масової інформації для надання інформації щодо політичних та соціальних питань, а також сфери розваг та новин.

У світі існують різноманітні способи застосування засобів масової інформації. Ще в давні часи люди використовували барабани, щоб запрошувати мешканців спільноти, де вони збиралися, а потім повідомляти їм про цю новину. Саме так виглядали б ЗМІ того часу. Потім поступово, коли люди могли писати, вони вставляли новини на місця, де було велике скупчення, щоб швидше розповсюдити повідомлення. З плином часу інструменти стали більш просунутими, і сьогодні ми маємо Інтернет та соціальні медіа, які є найдосконалішою формою засобів масової інформації.

Ключовою характеристикою масової комунікації є її здатність долати фізичні обмеження, наявні у спілкуванні віч-на-віч. Так, одна людина може брати участь у публічних виступах і охоплювати близько ста тисяч людей на одному з найбільших у світі стадіонів, проте в той же час вона не зможе досягти мільйонів без технологій [5, с. 344]. Іншою ключовою характеристикою масової комунікації щодо інших форм є її відсутність чуттєвого багатства. Масове спілкування залучає менше сенсорних каналів, ніж спілкування віч-на-віч. Наша взаємодія з інформацією мас-медіа залежить майже виключно від зору та звуку. Більшість повідомлень, що надходять через засоби масової інформації, є односторонніми.

Для суспільства засоби масової інформації означають телебачення, інтернет та газети. Частково це правильно, але сьогодні використовується набагато ширший арсенал засобів масової інформації, таких як плакати, листівки, брошури, відео, прямі трансляції тощо. Загальною

характеристикою засобів масової інформації є те, що ніхто не виключений від впливу. Сучасні ЗМІ є публічними і доступними кожному. Але є також багато відмінностей. Найвідоміші, тобто телебачення і радіо, досягають практично всіх, всупереч плакату на станції, повідомлення якого бачать лише пасажери поїзда. Медіа в інтернеті справляє великий вплив не тільки тому, що цей потужний засіб охоплює багатьох людей, а й тому, що він має ауру авторитету. Інтернет також є проникливим засобом, оскільки має звуковий, а також візуальний вимір, який може бути використаний з великою перевагою, враховуючи сучасний рівень цифрових технологій [6, с. 103–106].

Друковані засоби масової інформації відстають від такого розвитку подій. У світі засобів масової інформації, а також в установ з питань освіти в галузі медичної освіти часто проводиться відмінність між стриманим та безпосереднім використанням засобів масової інформації. Ці поняття застосовуються до середовища вибору, а також до способу використання засобів масової інформації. Інтернет є найбільш часто використовуваним високоякісним носієм, оскільки він настільки масштабний, що зазвичай вважається авторитетним і надійним [7, с. 288]. Друковані засоби масової інформації, такі як газети, тижневики та брошури, набагато стриманіші. Не всі грамотні, читають одну і ту ж газету або один і той же тижневик. Крім того, вплив освітнього повідомлення чи реклами набагато більш непрямий.

Система ЗМІ – це інституція. Відрізняє його потенціал впливати на мислення великої кількості людей. Ідеї, якими обмінюються організаційні комунікації та міжособистісне спілкування, часто встановлюються, підсилюються або заперечуються повідомленнями у засобах масової інформації [8, с. 131–136].

Окремі особи та групи в суспільстві впливають на те, що виробляють організації масмедіа завдяки своїй творчості на стороні введення та споживчих звичках. Не можна сказати, що суспільство існує в засобах масової інформації або під «контролем» ЗМІ. Соціальні структури надто потужні, щоб ЗМІ могли повністю контролювати їх діяльність. Але також невірно сказати, що засоби масової інформації містяться в суспільствах. Багато продуктів масової інформації виходять за межі суспільних структур, впливаючи на різноманітні суспільства, і навіть у суспільствах, які жорстко цензурують свої засоби масової інформації, новини про скандали та корупцію можуть з'явитися.

Майже все, що ми читаємо, бачимо і чуємо, оформлено в контексті засобів масової інформації; проте лише знайомство з принципами медіа не є гарантією успіху. Продукти у засобах масової інформації, які не знаходять резонансу в аудиторії, зберігаються недовго, навіть якщо вони здаються співзвучними сучасним смакам та тенденціям.

З розвитком глобальних комп'ютерних мереж, особливо високошвидкісних широкосмугових та мобільних комунікаційних технологій, люди отримали можливість публікувати власні роботи та коментувати повідомлення ЗМІ легше, ніж будь-коли раніше. Якби масове спілкування у XX столітті найкраще було охарактеризувати як систему «один до багатьох», де видавці та мовники зверталися до очікуваної аудиторії, засоби масової інформації, які стали можливими завдяки цифровим інформаційним мережам у двадцять першому, набули формату б «багато до багатьох».

Список використаних джерел:

1. Яка різниця між ЗМІ та медіа. [Електронний ресурс] / П. Малиш // Інтернет-ресурс: Інститут масової інформації. – Режим доступу: <https://bazilik.media/shcho-take-media/#>
2. ЗМІ як воно є. [Електронний ресурс] / М. Дубовенко // Режим доступу: <http://fsp.kpi.ua/wp-content/uploads/2017/11/Zbirnik-Dni-nauki-FSP-2017.pdf>
3. Вегнер О. Глобалізація: стимул чи перешкода демократичним функціям мас-медіа? Революція в Сербії та Україні. Вип. 22, 2006 / О. Вегнер // Магістеріум. Журналістика. – С. 20–24.
4. Владимиров В. Вступ до спеціальності «Журналістика»: навч. посіб. / В. М. Владимиров ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2011. – 303 с.
5. Гол Д. Онлайн-журналістика / Д. Гол. – К.: К.І.С., 2005. – 344 с.
6. Давид О. Роль ЗМІ у виникненні кризових ситуацій: у контексті професійних стандартів журналістики / О. Давид // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. – Вип. 29. – 2006. – С. 103–106.
7. Журналістика в піарі та піар у журналістиці: посібник / Упорядн. В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. – К.: Грамота, 2010. – 288 с.
8. Котляревська Т. Вплив художнього образу на сприйняття читання Інтернет-видань / Т. Котляревська // Наукові записки. – 2011. – № 3. – С. 131–136.