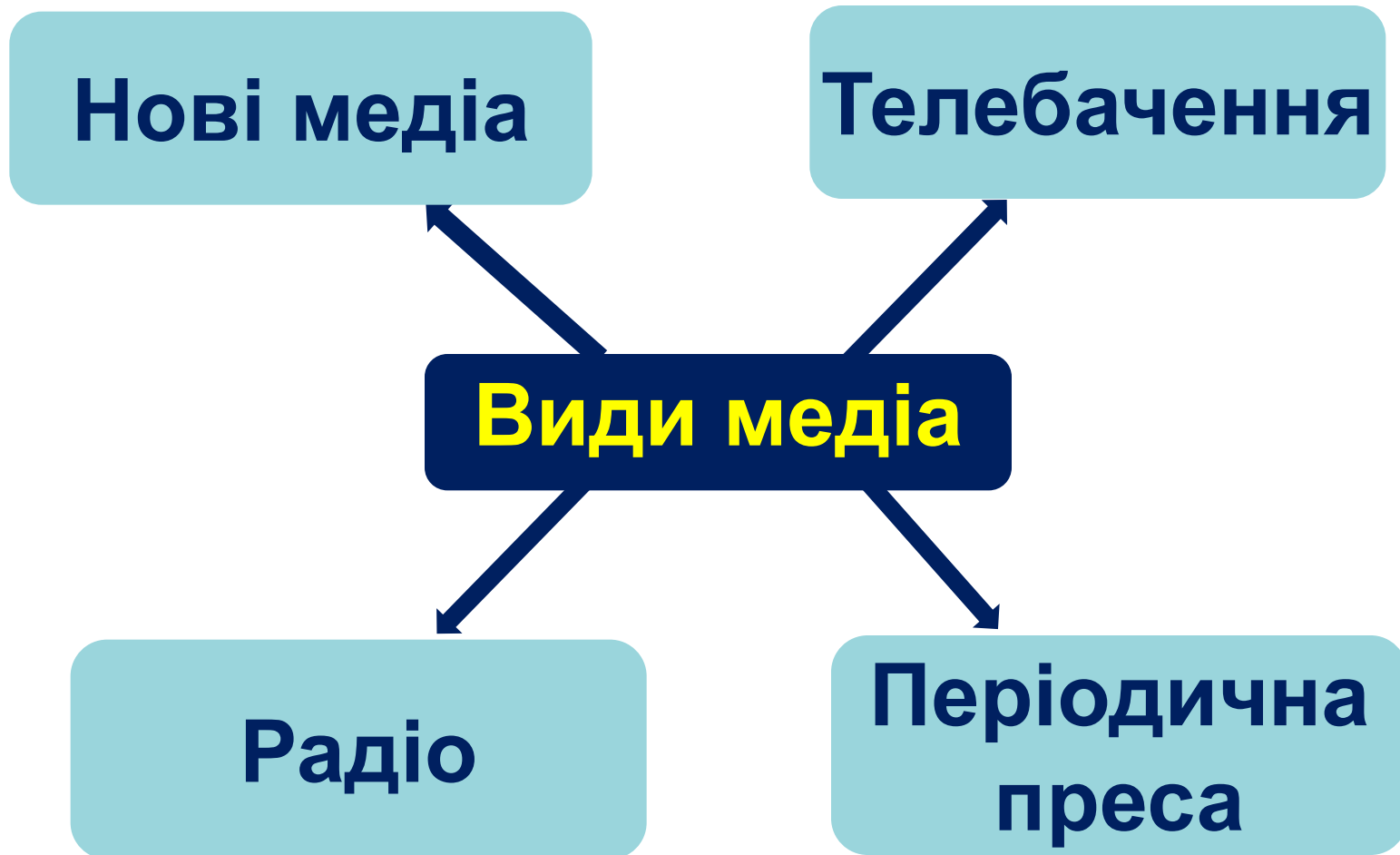


ТЕМА 3. ІНФОРМАЦІЯ ТА МАС-МЕДІА



ПИТАННЯ:

1. Види медіа та їх використання.
2. Персональне медіаполе.
3. Медіа як бізнес.



Під телебаченням (від гр. tele –
вдалечінь, далеко + лат. visio – бачення)
розуміють передавання на відстань
зображень і звуку за допомогою кабелю
або електромагнітних хвиль





Телебачення (телемовлення) –
виробництво аудіовізуальних програм та
передач або комплектування (пакування)
придбаних аудіовізуальних програм та
передач і їх поширення незалежно від
технічних засобів розповсюдження, які
приймаються необмеженою кількістю осіб
(Закон України “Про телебачення і радіомовлення”)

Трансляція відбувається аналоговим або цифровим способом через посередництво антени, кабелю або супутника



Необмежені можливості охоплення глядацької аудиторії визначають статус телебачення як складової частини масової культури



«Радіо» – один з видів медіа для передавання радіомовлення, тобто радіосигналів, мови, музики для необмеженої кількості слухачів

Радіо залишається одним з найефективніших засобів для комунікації масової аудиторії завдяки тому, що вдало використовує власні переваги і властиві йому специфічні можливості: *доступність, інтерактивність, діалогічність, мобільність, різноманіття пропозицій свого ефірного контенту (змісту)*

Радіо – популярний загальний вид медіа. Специфіка його полягає в тому, що це так званий побічний вид, який не потребує концентрації споживача, але здатний супроводжувати людину фактично весь день





Сучасні українські радіостанції орієнтовані на музичні смаки конкретної цільової аудиторії, ядро якої становлять слухачі зі спільними музичними вподобаннями.

Специфіка українського радіо – обмеженість жанрового діапазону радіостанцій, які переважно працюють у музично-розмовному форматі (music/talk), тож основний програмний зміст такого радіо на сьогодні складає музика

На сьогодні поняття «преса» використовують у вузькому значенні для всіх *періодичних друкованих медіа, тобто газет і журналів (періодики)*.



Періодичні друковані видання мають постійну назву, мають сталі число випусків упродовж фіксованого періоду (наприклад, тижня, місяця, року), не повторюються змістовно та оформлені в одному стилі.



Газети – це органи преси, які мають постійну назву, виходять друком через певні проміжки часу (щонайменше раз на місяць), не повторюються змістовно й оформлені в одному стилі



Газети вирізняються прагненням до максимальної точності й аналітичності, здатністю детально аналізувати складні події та явища, водночас дбаючи про високі професійні стандарти, як-от перевірка інформації, верифікація її джерел, подання декількох поглядів тощо.

Картина світу, яку відтворює газета, має сталі цінності й орієнтири, що не можуть часто змінюватись

Журналом називають періодичні медіа, що виходять друком від одного разу на тиждень до одного разу на півроку. Коло видань, яких можна назвати «журналом» надзвичайно широке – це:



- **популярні журнали** (ілюстровані, молодіжні, науково-популярні, журнали телепрограм, журнали для жінок і для чоловіків);
- **тематичні та наукові фахові журнали** (журнали мод, комп'ютерні, спортивні журнали, економічні);

- видання для членів спільнот (партій, спілок та об'єднань);
- споживчі журнали (і ті, що стосуються певного хобі або певного «стилю життя»);
- відомчі видання (де подається аналітична, спеціалізована й ілюстрована інформація



Відповідно до Закону України “Про медіа”

медіа (засіб масової інформації) – це засіб поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під ***редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою***

«New media – це новий формат існування засобів масової інформації, постійно доступних на цифрових пристроях, у яких відбувається активна участь користувачів у створенні та розповсюдженні контенту»

(Рассел Нойман, професор Мічиганського університету)

Нові медіа

Онлайн-медіа – медіа, що регулярно поширює інформацію у текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді **за допомогою мережі Інтернет** на власному веб-сайті, крім медіа, які віднесені Законом України “Про медіа” до аудіовізуальних медіа

Звідки українці дізнаються новини про ситуацію в Україні та будь-яку іншу інформацію?

2

Персональне медіаполе

№	Назва медіа	Медіаполе
1	Телебачення	Інформація, новини
2		Фільми
3		Розважальні передачі
4		Політичні передачі
5		Спорт
6		Музика
7		Просвітницькі передачі та ін.
1	Газети, журнали	Новини
2		Суспільно-політичні
3		Професійні, наукові
4		Для домогосподарства
5		Хобі
6		Розважальна інформація та ін.
1	Радіо	Новини
2		Авторські передачі
3		Інтерв'ю
4		Бесіди
5		Розважальні передачі
6		Музика та ін.

Інтернет ресурси

Інтернет-плеєри теле- і радіо-канали

Video-on-Demand (VOD — відео на замовлення) та Audio-on-Demand (аудіо на замовлення)

- система індивідуальної доставки абоненту за його запитом фільмів, телепередач, іншого контенту за допомогою Інтернет, кабельних, IPTV та/або інших мереж з серверу (Наприклад, сервіси YouTube, iTunes, Hulu в Україні;
- інтернет-кінозал компанії Star Media)

Catch-Up TV (різновид Video-on-Demand)

- Інтернет-сервіси, що дозволяють переглядати телевізійний контент протягом обмеженого періоду часу, що слідує за здійсненням телевізійної трансляції фільму, передачі, тощо. Наприклад, Virgin Media, LiveInternetTV, офіційні сайти ряду українських телеканалів

Електронні комунікаційні мережі

Соціальні мережі: Facebook, MySpace, FriendFeed, LinkedIn, Instagram, Foursquare тощо

Блоги (Наприклад, Livejournal), включаючи підкасти та відеоблоги

Мережі мікро-блогів: Twitter, Tumblr тощо

Онлайн-медіаплеєри: Voxxe

Інтернет-радіо-сервіси: Pandora

Фотосервіси: Picasa, Flickr

Розвиток нових медіа в світі

Друковані ЗМІ створюють власні Інтернет-версії; телекомпанії розвивають офіційні сайти та впроваджують сервіси Video-on-Demand

Друковані видання закривають паперові версії (наприклад, Newsweek) і концентрують зусилля на розвитку Інтернет-проектів

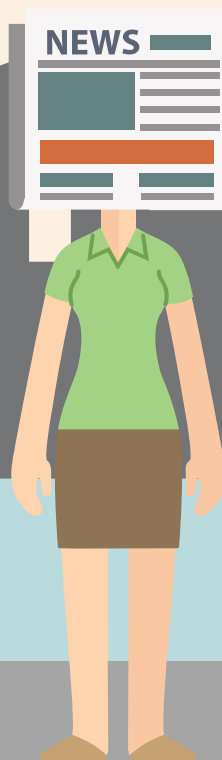
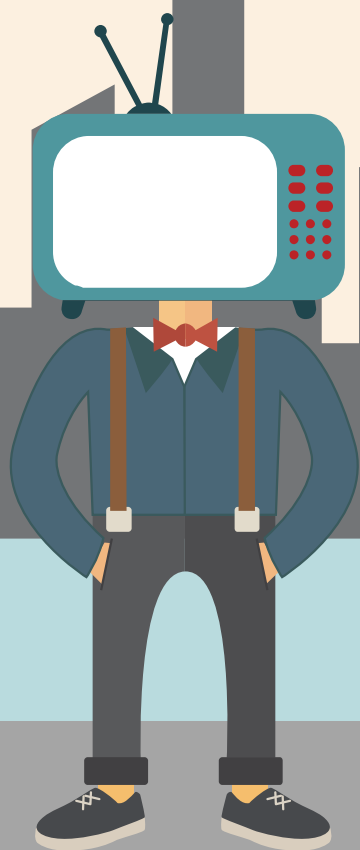
Телекомпанії випускають спеціальні програми для перегляду власних новинних та інформаційних передач на iPhone, смартфонах

Поширюється громадське інтернет-телебачення (Hromadske.tv, Espresso.tv)



3

МЕДІА ЯК БІЗНЕС

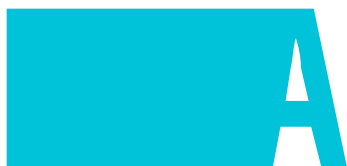


Інформація та мас-медіа

Надійний Об'єктивний

*значить можна
довіряти*

*збалансований,
незаангажований*



Чи можна ототожнювати ці два терміни?



А чи можна «вішати» ярлик надійності тільки тому, що вам подобається цей канал чи тому, що ви помічали в ньому об'єктивність, проте не завжди?

Медіа – це продовження наших органів відчуттів, вони дають можливість дізнатися про всю інформацію, що нас цікавить, де б не відбувалася та чи інша подія

Що ж робити — Припинити користуватися медіа? **Зовсім ні!**

Відповідно до Закону України “Про медіа”, має існувати редакційний контроль (***редакційна відповідальність***) – вирішальний вплив суб’єкта у сфері аудіовізуальних медіа, суб’єкта у сфері друкованих медіа та/або суб’єкта у сфері онлайн-медіа ***на створення або добір, організацію та поширення програм або іншої масової інформації відповідним суб’єктом***

ПРИБУТКОВІСТЬ МЕДІА формується через відповідальність і довіру



Німеччина
👤 82.000.000
\$ 28,04 млрд

Україна
👤 45.000.000
\$ 0,5 млрд

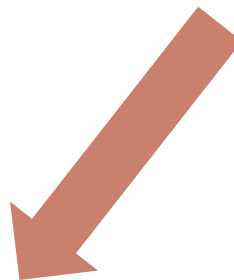
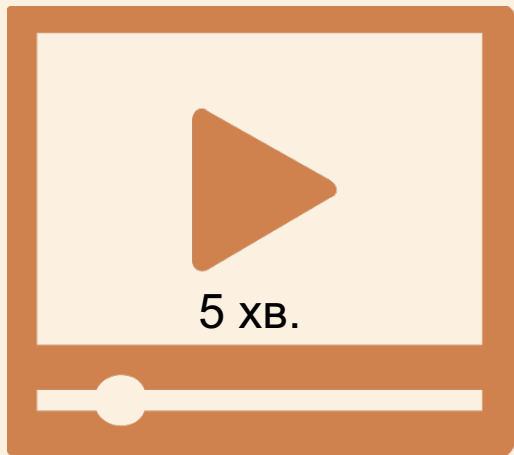
Німеччина


Україна

Джерела: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Германия>


<https://ru.wikipedia.org/wiki/Украина>

<http://nv.ua/publications/kak-internet-vytesnyaet-iz-ukrainskogo-mediarynka-tv-reklamu-i-kogda-on-oboydet-pechatnyuyu-pressu-56887.html>






оплата ліцензії на трансляцію фільмів чи передач чужого виробництва



оплата спеціального приміщення і декорацій для зйомок різних передач



вартість техніки та її амортизація



зарплата цілої команди журналістів

1 ефірний час телеканалу становить не менше 15–18 годин мовлення на добу

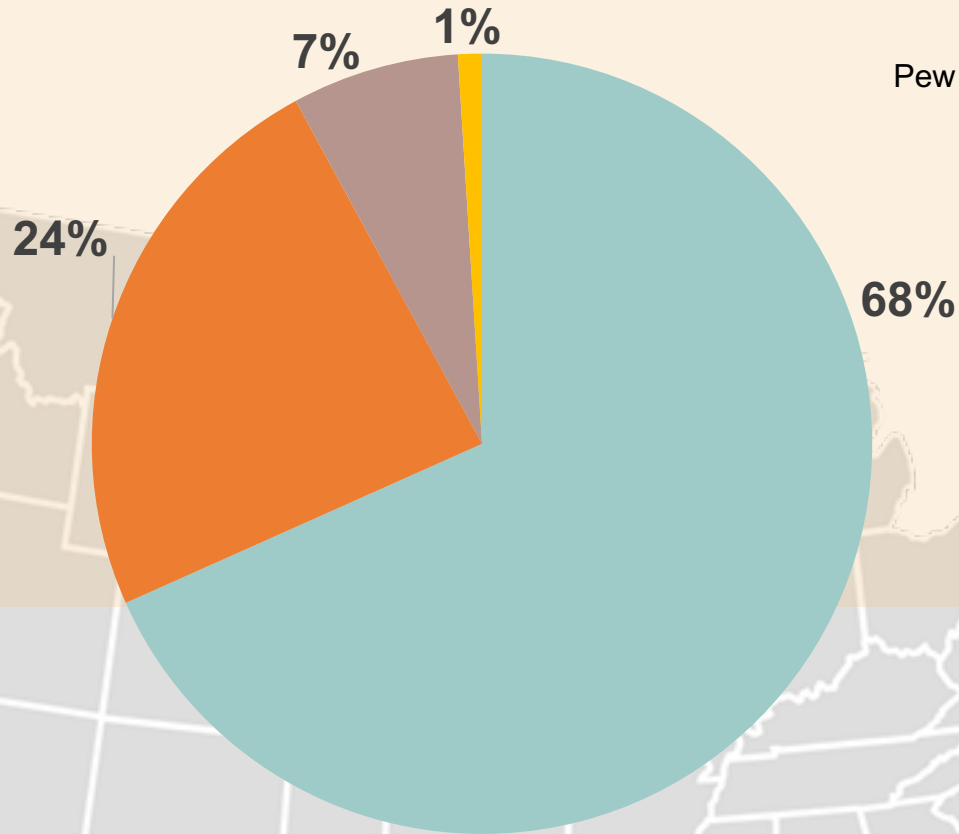
2 не всі програми та відеопродукти пишуться з першого дубля



США
2014 рік

Прибуток американських медіа

Pew Research Center



63 – 65 млрд.\$

■ Реклама

■ аудиторія/глядачі (підписка, придбання друкованих видань у роздріб, абонентська плата за кабельне телебачення і т.д.)

■ організація конференцій, маркетингових послуг і т.д.

■ Філантропія та інвестиції

МЕДІАРИНОК США