

НАПРЯМ 2. ЖУРНАЛІСТИКА І РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ «ЗМІ» ТА «МЕДІА»

Боровик Л. А.

*кандидат педагогічних наук, член-кореспондент Міжнародної кадрової академії, доцент кафедри теорії та методики журналістської творчості Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'ячука
м. Рівне, Україна*

Відомо, що ЗМІ формують думку аудиторії про будь-яке явище та його наслідки, надають можливості перетворити маленький конфлікт на велике протистояння або, навпаки, – швидко нівелювати серйозну проблему. Саме від ставлення ЗМІ до події, їхньої упередженості та заангажованості значною мірою залежить перебіг самого конфлікту. Тому вивчення ролі ЗМІ під час конфліктів набуває дедалі більшої актуальності.

Науковці використовують різні трактування поняття «ЗМІ».

У комунікації, медіа (англ. media – засоби, способи) – це канали та інструменти; їх використовують, щоб зберігати, передавати й подавати інформацію або дані. Медіа часто згадувано як синонім до мас-медіа або новинних медіа, але в ширшому користуванні вони означають єдине середовище; його використовують, щоб передавати будь-які дані в яких-будь цілях [1-3].

Потребу розуміти, що є медіа, зумовлено їхньою значною роллю в сучаснім світі інтенсивних інформаційних відносин. До 1960-х рр. монополія у вивченні ЗМІ належала американській науці. Однак з часом ця проблематика зайняла важливе місце в роботах вчених Західної Європи на основі американських розробок, але з використанням західноєвропейської наукової традиції та особливостей медіаринку Європи. Так, вперше потребою вивчати медіа зацікавився канадський учений М. Маклуену своїй науковій праці «Розуміння медіа»: зовнішні розширення людини» у 1964 [4]. Результатом його праць щодо вивчення медіа стала книжка «Закони медіа», де ЗМІ розглянуто не лише як засоби та канали передачі інформації, а в значно ширшому значенні – як посередник між людиною – суб'єктом і певним об'єктом сприйняття або іншої діяльності.

Під поняттям «мас-медіа» розуміють масові засоби інформаційних зав'язків, історично пов'язані з розвитком культури й соціально-політичних відносин в умовах ринкового виробництва. Завдяки цим умовам виникли об'єктивні передумови для перетворення інформації в продукт купівлі-продажу у форматі товару (в тому числі «політичного товару»), наділеного трьома основними функціями: розважальною, інформаційною та просвітницькою [5, с. 197].

Цікавим є підхід до поняття «медіа» В. Савчука. Він зазначає основну відмінність ЗМІ від медіа, зокрема: «Засоби комунікації – поза нами, а медіа – всередині нас» [6, с. 32].

Коли медіа виступає посередником у відносинах людини і світу, «медіа і є та реальність, у якій людина себе мислить і знаходить, медіа вже несуть у собі свою істину самі» [7, с. 7].

Таким чином, можна констатувати, що у широкому розумінні медіа – це середовище, яке опосередковує взаємовідносини та взаєморозуміння людини і світу, її існування, а також взаємовідносини між індивідами. Ми схиляємось до думки В. Савчука щодо розуміння медіа як універсальної форми посередництва, яка завжди впливає на ставлення аудиторії до того, що вона сприймає – до заздалегідь виділеної, обробленої, переданої і представленої реальності. Виходячи із зазначеного, доводимо незаперечний факт, засоби масової інформації відіграють важливу роль у сприйнятті аудиторією реальності, яку медіа безпосередньо визначають.

Література:

1. American Psychological Association (APA): media. (n.d.). Online Etymology Dictionary. URL: Dictionary.com website: <http://dictionary.reference.com/browse/media> (Date of application: 13.09.2021).
2. Chicago Manual Style (CMS): media. Dictionary.com. Online Etymology Dictionary. Douglas Harper, Historian. URL: <http://dictionary.reference.com/browse/media> (Date of application: 13.09.2021).
3. Modern Language Association (MLA): «media.» Online Etymology Dictionary. Douglas Harper, Historian. URL: Dictionary.com <http://dictionary.reference.com/browse/media> (Date of application: 13.09.2021).
4. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. Перевод с английского: Николаев В. Г. Москва, Центр гуманитарных технологий. 2003. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3528> (Дата звернення: 03.10.2021).

5. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Москва, 2004. 416 с.
6. Алексеева А.О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: дис.... канд. филол.наук: 10.01.10. Москва, 2006. URL: <http://www.dissercat.com/content/novye-interaktivnye-media-vkontekste-teorii-informatsionnogo-obshchestva>. (Дата звернення: 03.10.2021).
7. Конев В. А. Медиареальность и реальность медиа. Вестн. Самар. гуманит. акад. Сер. : Философия. Филология. 2009. № 2 (6). С. 3–10.

ОСНОВНІ СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ ТРАНСМЕДІЙНОГО СТОРІТЕЛІНГУ

Візерська А. О.

Київський університет імені Бориса Грінченка

м. Київ, Україна

Термін «трансмедійний сторітелінг» у 2006 році ввів у використання Генрі Дженкінс у своїй книзі [1] *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Це явище він описував як мистецтво створення світу. Для того, щоб у повній мірі пізнати будь-який вигаданий світ, споживачі повинні брати на себе роль мисливців та збирачів, ганяючись за частинками історії по медіа каналам, порівнюючи замітки один з одним через обговорення онлайн, а також об'єднуючись для того, щоб переконатися, що кожний хто доклав свої частки часу та зусиль зміг піти з багатшим знанням про історію, ніж він мав спочатку.

Основною особливістю трансмедійного сторітелінгу можна назвати незалежність окремих частин однієї історії або всесвіту, що розташовані на різних носіях інформації. Глядач може натрапити на серіал, а потім зацікавившись, прочитати комікси, що розширить його знання певної франшизи. Але, з іншого боку, якщо він не буде ознайомлений з усіма доступними носіями історії, він не буде відчувати незавершеності та недовомовленості з боку франшизи.

Трансмедійний сторітелінг можна використовувати у різних сферах, де потребується викладення інформації, що зацікавить користувача, якщо дотримуватися основних концепцій Г. Дженкінса – медіа-наближення, культура участі та колективного розуму.

Варто зазначити, що трансмедійний сторітелінг часто плутають з крос-медійністю, але у цих двох поняттях принципово різних підхід до створення та розміщення інформації. Якщо кросмедійність про те,