

СПЕЦИФІКА ВПЛИВУ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА АУДИТОРІЮ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

Ковальчук Максим Володимирович,
магістрант факультету філології і журналістики,
спеціальність «Журналістика»,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Актуальність теми обумовлена тим, що сьогодні журналістика зазнає трансформаційних змін, які диктують нові підходи до створення медіаконтенту, враховуючи особливості сприймання сучасної аудиторії. Інтернет-видання стали одним із найпопулярніших джерел для пошуку інформації та її одержання. Завдяки максимальній оперативності, доступу до потрібного контенту, мережеві медіа мають велику перевагу серед інших. Однією із ознак інтернет-видань є мультимедійність, що дає можливість споживачам знайомитися з інформацією у тих форматах, які є зручними для них відповідно до переважаючого типу сприймання.

Особливості мультимедійного контенту та його впливу на аудиторію досліджували такі вчені як Іванов В. Ф., Ішук Н. М., Костенко Н. В., Ожеван М. А., Різун В. В., Шевченко В. Е., Янішевська О. В. та ін. Однак, представлення інформації в різних форматах у новинах на сайтах телеканалів (всеукраїнських та регіональних), на часі, оскільки її подача постійно вдосконалюється, видозмінюється і набуває популярності завдяки сучасним технологіям і тенденціям.

Конвергентний аудіовізуальний контент можливий у таких формах, як телеканали в інтернеті (онлайн-трансляція традиційних каналів, ТБ навздогін – catch-up-TV, окремі інтернет-канали), IPTV, електронні версії друкованих ЗМІ, ad hoc сервіси обміну відео, відео на замовлення, відео на корпоративних сайтах, дистанційне навчання та консультування, ігри, лотереї, відеоконференції та відео в соціальних мережах [1].

Контент аудіовізуального формату в інтернет-виданнях є найбільш привабливим та здійснює вплив на суспільну

свідомість, цінності, поведінку людини. Сьогодні звичним для інтернет-видань є використання 3D-елементів, комп'ютерної графіки у продукуванні медійного продукту, створення віртуальної реальності. Тенденції у моушн-графіці, дизайні та формі аудіовізуального контенту широко використовують європейські та американські медіа.

Не менш важливим є вибудовування довіри між журналістом і аудиторією. Побудова персонального бренду полягає у підтриманні авторитету журналіста, як конкретної людини, якій довіряє аудиторія [2]. Тому розуміння особливостей сприймання аудиторії та створення контенту у різних форматах, об'єктивність, достовірність є ознаками професійності сучасного медійника.

Для того, аби з'ясувати особливості подачі новинного контенту на сайтах «ТСН» та «Т1 Новини», було опитано 51 респондент – студенти 1-4 курсів спеціальності «Журналістика» Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. З'ясувалося, що з них 29% не переглядають сайти новин «ТСН» та «Т1 Новини». Щодо критеріїв, за яким обирають медіа, то 56% відповіли, що це «зручність і зрозумілість подання інформації» – мінімалізм у дизайні контенту, використання нових форм подачі інформації. 67% респондентів відмітили вдале графічне оформлення сайту новин «ТСН». Щодо формату подачі контенту, то в першу чергу звертають увагу на фото 48%, текст читають 28%, відео переглядають 8%, на інфографіці зосереджується 5%, слухають аудіозапис 5%, анімації надають перевагу 3%. Отже, за результатами опитування можемо зробити висновок, що для ознайомлення з новинами на інтернет-платформах (сайти новин «ТСН» та «Т1 Новини»), респонденти надають перевагу візуальному контенту.

У сучасному інформаційному просторі спрощеність у подачі інформації стає переважаючим принципом та є виправданим підходом у боротьбі за реципієнта, прагненні повернути його увагу до важливої інформації.

Будь-який журналістський матеріал орієнтований на певну аудиторію, потребам якої відповідає. Тому жанри та стилі продовжують формуватися саме з потреб мас. Жанри продовжують

трансформуватися, поєднуватись між собою. В свою чергу технічні можливості сайтів розширюються і пристосовується до журналістських ідей і тенденцій.

Література

1. Данькова Н. Нові технології у фокусі регулятора. Телекритика, 2012. URL: <http://www.go.telekritika.ua/nacrada/2012-11-05/76489>
2. Конструктив. URL: http://longread.uacrisis.org/constructive_journalism