

РОЗДІЛ ІІІ. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕДІЙНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Бикова Ганна, магістр

Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ», м. Київ

Науковий керівник: к.е.н., доц. Пунчак Л.А.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МЕДІАПРОСТОРУ В УКРАЇНІ

Нові тенденції, що з'являються у зовнішньому середовищі, прямо чи опосередковано впливають на розвиток того чи іншого галузевого ринку. Останній часом все більш динамічно розвивається медіапростір. До визначення змісту поняття «медіапростір» зверталися у своїх працях представники різних наук. З позицій соціології медіапростір розглядали: Г. Зіммель, П. Бурдьє, з позицій психологічного впливу – Є. Н. Волков, Г. М. Маклюєн; з позицій загальної теорії журналістики – М. І. Бурич, І. А. Смушкова.

На думку С. В. Грицай, до структури медіапростору необхідно ввести весь обсяг інформації, що циркулює в інформаційних потоках, різних за обсягами, часом створення, актуальності, інформативності, швидкості протікання, всі засоби трансляції інформації, зокрема бібліотеки, архіви, сховища, ЗМІ, засоби усної комунікації, оскільки сучасний медіапростір активно генерує інформаційні приводи, які транслюються не тільки засобами масової інформації, але циркулюють у суспільстві на рівні усної індивідуальної комунікації, що відповідає обраному нами інтеграційному підходу до розгляду медіапростору як цілісного утворення [1]. Інші вчені вважають, що медіапростір – це соціальна система, яка створюється взаємообумовленою цілісністю відносин виробників і споживачів масової інформації, що передається через засоби масової комунікації.

Таким чином, медіапростір є динамічною системою, що розширюється в міру розвитку суспільства, – це ключова властивість медіапростору. Форми і засоби надання інформації історично змінювалися.

Сучасний медіапростір являє собою систему, організовану за мережним принципом. Встановлено, що найважливішими, найконструктивнішими елементами медіапростору є Інтернет, телебачення, радіо, преса. Саме вони визначають головні тенденції розвитку медіапростору в теперішніх умовах.

Для розуміння того, в якому напрямку розвивається медіапростір, нами проаналізовано тенденції розвитку основних його елементів.

Преса – друковані засоби масової інформації (періодичні друковані видання), які виходять під постійною назвою, з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року. Під пресою розуміють газети, журнали, альманахи, збірки, бюлетені, рідше книги, листівки, що мають визначений тираж [4]. На основі даних Державного комітету телебачення і радіомовлення України нами проаналізовано річні тиражі випуску газет і періодичних та продовжуваних видань (крім газет) в Україні в період з 2011 р. по 2015 р.

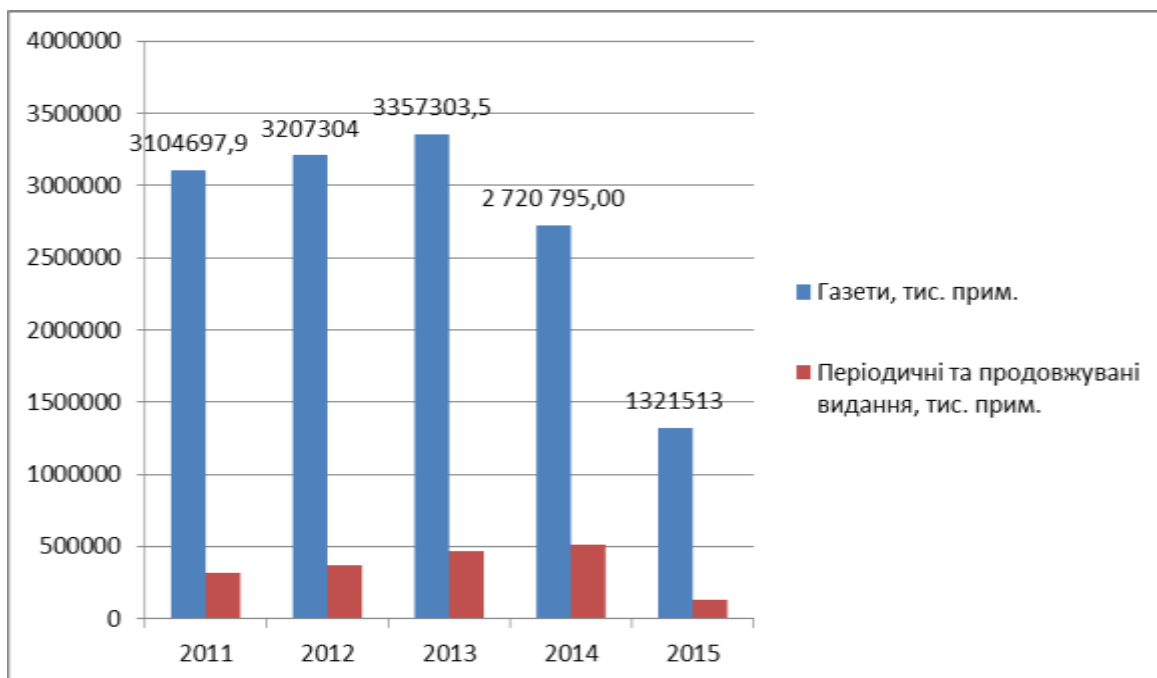


Рис.1. Випуск газет і періодичних та продовжуваних видань в Україні у 2011–2015 рр.

Дані за 2015 р. є станом на 30.10, але вже можна робити висновок про

різке зменшення кількості випуску газет у період з 2013 року. Щодо періодичних та продовжуваних видань, то в їх випуску спостерігається позитивна тенденція до 2014 року, у 2015 році помітний значний спад.

Варто також зауважити, що у 2015 році зменшилася і кількість видань газет і періодичних та продовжуваних видань. Кількість видань газет у 2015 році – 1638 друк. од., що майже на 25% менше, ніж у 2014 році. Кількість періодичних та продовжуваних видань у 2015 році – 2163 друк. од., що на 31,7% менше, ніж у 2014 р. Таке значне скорочення кількості видань може бути пояснено недостатністю фінансування, а скорочення кількості видань, в свою чергу, вплинуло на зменшення тиражів.

Телерадіоорганізація – зареєстрована у встановленому законодавством порядку юридична особа (редакція, студія, агентство, об'єднання, асоціація, компанія, радіостанція тощо), яка на підставі виданої Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення ліцензії на мовлення створює або комплектує та/чи пакетує телерадіопрограми і/або передачі та розповсюджує їх за допомогою технічних засобів мовлення [4]. За даними Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення станом на 2013 рік в Україні зареєстровано 1572 телерадіоорганізації, тоді як у 2012 році їх було 1622. Скоротилися також обсяги радіомовлення телеорганізацій з 137685,7 годин у 2012 році до 129399,1 годин у 2013 році. В той час як обсяги телевізійного мовлення телеорганізацій майже не змінилися у 2013 році, порівняно з попереднім, та становили 394775,7 год. та 394725,9 год. відповідно. Відмітимо, що за обсягом (28% від загального обсягу) переважає інформаційно-аналітичне і публіцистичне телерадіомовлення.

Щодо розвитку мережі Інтернет, за даними УНІАН у 2015 році кількість інтернет-користувачів в Україні становила понад 58% населення і складає 21,8 млн користувачів. Відзначається, що найбільш активно зростає аудиторія старшого віку. Кожен 10-й українець у віці 65 років вже користується інтернетом. Також повідомляють, що кожен другий мешканець села виходить в інтернет. У 2014 році кількість інтернет-користувачів в Україні складала

18,8 млн. За даними Дайджесту 2012 року, 13 мільйонів українців щодня користуються Інтернетом, а це 33% населення у віці старше 16 років.

Український сегмент Інтернету в даний час являє собою більш як 12 тисяч сайтів і також очікується щомісячний ріст відвідувачів на 15%.

Отже, з проведеного аналізу можна зробити висновок, що на сьогоднішній день медіапростір розвивається в напрямку інтернет-технологій, роль преси та телерадіомовлення поступово зменшується. Підприємства для реклами своїх компаній все більш активно переходять в сферу Інтернету. Така тенденція може бути пов'язана з перевагами використання інтернет-технологій:

- Залучення користувачів на сайт;
- Стимулювання інтересу до сайту чи компанії;
- Вивчення споживчих потреб;
- Утримання відвідувачів на сайті;
- Підтримка індивідуальних відносин зі споживачами.

Також використання сервісів Інтернету відкриває перед підприємствами нові можливості, такі як вивчення попиту, доступ до традиційно важких аудиторій, реклама підприємства зі значною економією коштів.

Джерела:

1. Грицай С. Архітектоніка сучасного медіапростору // Вісник Книжкової палати. – 2012. – №5.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Державний комітет телебачення і радіомовлення України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://comin.kmu.gov.ua>.
4. Вільна енциклопедія «Вікіпедія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>.