



Od telewizji do nowych mediów

1. Największą rewolucję w świecie mass mediów zawdzięczamy telewizji, która zaczęła nadawać w latach 50-tych.
2. Żeby być odbiorcą książki, prasy, kina czy radia trzeba skupić uwagę na nadawanym komunikacji. W przypadku telewizji niekoniecznie. Stąd telewizory spotykamy w kuchniach, na dworcach kolejowych, a ostatnio nawet w samochodach. Drugą ważną cechą telewizji jest różnorodność. Tym telewizja wygrywała przez lata z innymi środkami masowego przekazu. Sport obok teatru, publicystyka obok filmu, porady dla gospodyń domowych obok sportu. Ostatnio telewizja zmierza w kierunku kanałów tematycznych.
3. Telewizja jest wyjątkowo opiniotwórcza, bo działa na dwa zmysły – wzroku i słuchu. Stąd telewizja wykorzystywana jest jako tuba propagandowa.
4. W tej chwili media najdynamiczniej rozwijają się w Internecie. Wiąże się z tym bardzo poważny problem. Otóż do Internetu przedostają się filmy, seriale, książki, które są ściągane za darmo. Nikt nie płaci twórcom dzieł. Może się okazać, że artyści przestaną tworzyć bo wszystko co tworzą dostaje się do Internetu. Nie mogą więc zarobkować. Nikt nie ma też dobrego pomysłu jak walczyć z piractwem w Internecie. Sieć jest tak skonstruowana, że daje ogromną wolność jej użytkownikom.
5. Internet to medium interaktywne. Daje możliwość komunikacji zwrotnej. Często nie sam news na portalu internetowym jest ważny, ale komentarze internautów. To one stają się najważniejszym komunikatem. Nie ma już tradycyjnego nadawcy i odbiorcy. Wystarczy wpisać na ciekawy pomysł filmu, umieścić go w sieci i dotrzeć w ten sposób do setek tysięcy ludzi. Nie musimy mieć redakcji, drukarni czy studia radiowego.
6. Dziennikarze z organizacji monitorującej wolność prasy ustalili, że anglojęzyczna wersja Google News nie jest dostępna z Chin. Serwis jest prawdopodobnie wycinany na brzegowych filtrach określanych mianem "Złotej Kurtyny". Aktualności Google w języku chińskim są dostępne bez problemu, ale... brakuje tam informacji o charakterze politycznym. Google zgodziło się wprowadzić wewnętrzną cenzurę wiadomości publikowanych dla chińskich odbiorców.

Miejsce na Twoją reklamę
info: reklama@lykwiedzy.pl