Соловйов Максим Сергійович, старший лаборант кафедри історії журналістики Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Назва дисертації: &laquo;Українське телебачення в інтернеті: аудіовізуальна специфіка та комунікативна цінність&raquo;. Шифр та назва спеціальності 27.00.06 прикладні соціально-комунікаційні технології. Спецрада Д 26.852.25 Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова

праця на правах рукопису

СОЛОВЙОВ МАКСИМ СЕРГІЙОВИЧ

УДК 007: 304: 070 (621.397.13.004.738.52)

ДИСЕРТАЦІЯ

УКРАЇНСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ В ІНТЕРНЕТІ: АУДІОВІЗУАЛЬНА

СПЕЦИФІКА ТА КОМУНІКАТИВНА ЦІННІСТЬ

Спеціальність 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні

технології

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних

комунікацій

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,

результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне

джерело\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Соловйов М. С.

Науковий керівник: Гоян Олександр Яремович, доктор філологічних наук,

професор

Київ–2020

ЗМІСТ

ВСТУП ............................................................................................................................. 11

РОЗДІЛ І.ТЕЛЕБАЧЕННЯ ОНЛАЙН І КОНВЕРГЕНЦІЯ СУЧАСНИХ МЕДІА ......... 19

1.1. Історія становлення відеоконтенту в інтернеті ................................................................ 19

1.2. Тенденції функціонування веб-мовлення в Європі та США ............................................ 42

1.3.Типи онлайн-мовлення українського телебачення ............................................................ 50

Висновки до розділу 1............................................................................................................... 58

РОЗДІЛ ІІ. СПЕЦИФІКА АУДІОВІЗУАЛЬНОГО МОВЛЕННЯ ТА ЇЇ ПРОЯВИ В

УКРАЇНСЬКОМУ МЕРЕЖЕВОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ .................................................... 60

2.1. Специфіка аудіомовлення в інтернеті ............................................................................... 60

2.2. Характеристика візуальних онлайн-технологій. ............................................................... 84

2.3. Українське мережеве телебачення у соціальних мережах та на відеохостингах........... 105

Висновки до розділу 2............................................................................................................. 122

РОЗДІЛ ІІІ. ЕВОЛЮЦІЯ АУДИТОРІЇ ТА РОЗУМІННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ

ЦІННОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ В ІНТЕРНЕТІ ................................... 124

3.1. Діалектика уваги й інтересу від споглядання до користування ..................................... 124

3.2. Комунікативна цінність інтернет-представництв ........................................................... 135

3.3. Участь аудиторії у створенні телевізійного онлайн-контенту ....................................... 156

Висновки до розділу 3............................................................................................................. 165

ВИСНОВКИ ................................................................................................................... 167

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ....................................................................... 173

ДОДАТКИ ...................................................................................................................... 208

ВИСНОВКИ

Становленняукраїнськоготелебаченнявінтернетінерозривно

пов’язанезіствореннямвсесвітньоїпавутиниУчасіцезбігаєтьсязпадінням

залізноїзавіситарозпадомСРСРОскількиПентагонвитративчимало

ресурсівнарозкриттявсіхможливостеймережітозаумовипродовження

холодноївійнипояваінтернетувРадянськомуСоюзівтомучисліівУкраїні

напочаткухроківбулабнаврядчиздійсненоюВідповіднорозглядати

становленняаудіовізуальноїспецифікитакомунікативноїцінності

українськогоонлайновоготелебаченнябезвивченняпідвалинцьогоперіоду

булонеможливо

Урезультатідослідженняісторіївиникненнямультимедійного

вебконтентувУкраїнізапропонованоавторськуперіодизаціюукраїнського

онлайновоготелебаченняякуумовноподіленоначотириетапи

–рр—зародженняукраїнськоготелемовленнявінтернеті

Власнецепоявапершихофіційнихсайтівтелевізійнихкомпаній

завантаженнявмережуподкастівабожцифровихверсійвідеоматеріалів

Такимчиномвідбувавсяпошукновоїаудиторіїнапрацьовувалисяновітні

способикомунікаціїПерспективністьмережевогоспілкуваннявідразу

помічаєтьсякомерційнимителеканаламидляякихрозширенняглядацького

колаєвизначальнимфакторомуборотьбізацільовийринок

–рр—способиподачіконтентурозширюютьсязавдяки

використаннюукраїнськимителеканаламипотоковоїтехнології

відеотрансляційВідтеперефірнемовленнядублювалосянасайту

цьомуформатійукраїнськітелемовцімаютьзмогуподаватиконтентв

інтернетдвомаспособамиузаписітанаживоОтженацьомуетапі

тестувалисяйзалучалисядоонлайнінструментаріюновіаудіовізуальні

комунікативнітехнологіїдлявиходунацільовуаудиторіютаїїутримання

–рр—активнірозробкиусферіонлайнтехнологійстають

потужнимінструментомдлявивченняаудиторіїзщебільшимфункціоналом



Методикавзаємодіївебщовключалавсебеможливістьзмінидизайну

сайтуйогосоціалізаціювпровадженнямеша́

півсприялазародженню

комфортноїкомунікаціїСамевцейперіодукраїнськітелекомпаніїприділяли

багатоувагиствореннювебфорумівдляспілкуваннязглядачами

використаннючатівелектронниханкеттаопитувань

–рр—розвитоктехнологіїшвидкісногоширокосмугового

тамобільногоінтернетувУкраїніпопуляризуємультимедійнийвебконтент

переглядтелеефіруглядачемнезалежновідйогомісцеперебуваннятаформує

новіпідходиприподачіматеріалівтелеканаламиУкраїнськетелебачення

активнопереходитьумережукожнакомпаніяобов’язковомаєонлайнову

версіюефіручипринаймніпублікуєнасвоїхвебресурсахокреміматеріали

Умежахосновниххронологічнихрамокдисертаціїбулопроведено

дослідженнявпродовж–ррпідчасякогоздійснювавсямоніторинг

хсайтівукраїнськихтелекомпанійзметоювиявленнянанихвідеоконтенту

кількістьсайтівзумовленаїхнаявністювмережінапочатокдослідження

тобтонарЯкз’ясованозаспособамиподачівебконтентутелеканали

булиумовнорозподіленінатритипиасаме

телеканализмовленнямбезобмеженьтрансляціяефірунаживо

телеканализобмежениммовленнямподкастинганонсипрограми

серіали

телеканалибезмовленнябезпотоковихтрансляційіподкастингу

Цедослідженнявиявилотенденціюдоактивноговходженняукраїнського

телебаченнявонлайнівикористанняпотоковихтехнологійподачі

повноцінногоефірунасайтуртелеканалівзхпропонувало

аудиторіїповноціннеонлайновемовленняавр–цебуловже

телеканалівзх

Точнішатипологіявідеоконтентупростежуєтьсянасторінкаху

соціальніймережітанавідеохостингунамомент

написанняроботинацихресурсахбуловиявленозареєстрованих



українськихтелеканалівУрезультатіаналізусторінокувиявилося

щозтелеканаліввелирозділВідеознихтелеканалівпублікували

відеоуформікороткогоанонсупрограмичиінформаційного

відеоповідомленняінші–повноціннийконтентвласноговиробництваНа

телеканалівзвелиповноціннеонлайнмовленняінші

телемовцівпублікуваливідеолишепісляїхпоказувефірі

Отжебільшістьукраїнськихтелеканаліввінтернетінамагається

утримуватимережевуаудиторіюнетількианонсамиайповноцінним

повноформатнимконтентомЦевкотревказуєнатенденціюактивного

використанняукраїнськимителемовцямионлайнтехнологійдлярізних

способівподачівідеоматеріалів

Аудіовізуальнаспецифікаукраїнськоготелебаченнявінтернеті—це

комплекснатехнологіяякавиниклаурезультатіцифровоїреволюціїта

полягаєвпевномукомпонуваннізвукутазображенняспрямованихна

розповсюдженнявонлайнмережіякнайпоширенішомуканалупередачі

інформації

Аудіовізуальнаспецифікаукраїнськогоонлайновогомовленнямаєдва

складники—технічнийтакомунікативнийДотехнічногоналежить

комп’ютернатехнікатаІТтехнологіїбобудьякийонлайновийвміст

функціонуєумежахдворанговихклієнтсервернихтаоднорангових

піринговихмережАдляуправліннятакеруванняцимиданимипризначені

комунікаційніпротоколи—набориправилпередачіінформації—

іпрограмнезабезпеченнярозробленедлязручного

транспортуваннятаобмінуаудіовізуальнимконтентом

Комунікативнийскладникаудіовізуальноїспецифікиукраїнського

телебаченнявінтернетірозглядаєтьсяяксоціальнікомунікаціївяких

максимальнозадіянівсіможливіканалимультимедіаСтвореннятехнології

візуальногорадіофункціонуванняякогоневід’ємнопов’язанезмобільним

інтернетомсформувалочіткебаченнятогощонасучасномуетапірозвитку



ІКТаудіальнізасобикомунікаціїефективнопідсилюютьсявізуальними

засобами

Таквебмовленнядаєзмогурадіоаудиторіїсприйматизвуковийефірна

зоровомурівніЦевідбуваєтьсянелишепідчасперцепціїсупровідних

текстовихматеріалівайувізуальномуспостереженнізастудієютаїї

дійовимиособамичерезкамериУсвоючергутелеканалинавласних

ресурсах—сайтахсторінкахусоцмережінавідеохостингуумобільному

додатку—пропонуютьнетількипереглядатиефірайпростослухатийого

Онлайноветелебаченняпочерпнулоелементфоновостісамезрадіо

Отжевсівизначенівищеособливостіаудіовізуальноїспецифіки

українськоготелебаченнявінтернетісукупностворюютьорганізоване

повномасштабнеповнокольоровевидовищеаінтернетсприяєшвидкому

маловитратномуйефективномуїхпоширенню

Комунікативнацінністьукраїнськогоонлайновоготелемовлення–це

властивістьмасмедіазадовольнятиякінформаційнорозважальніінтереси

окремогоіндивідачисоціальноїгрупитаківласніосвітнічикомерційнічерез

взаємодіютелебаченнятаінтернетуйполягаєувикористаннімаксимальних

можливостейвсесвітньоїпавутинитаІКТзокрема

інтерактивністьякачерезсвоюдіалогічністьвідкриваєперспективу

апошукутавивченняонлайнаудиторії

бспільногоформуваннятелевізійногоконтенту

впіринговомудецентралізованомумовленню

гонлайнтестуванняаудиторієювебресурсучиконтентупередйого

запускомзметоювиявленнянеточностейіпомилок

візуальністьякасуттєвовпливаєнасприйняттятазасвоєння

телепродуктуйвідіграєключовурольпідчас

аподачіконтентуформатспосібтрансляціїрозташуванняна

дисплеїсторінці



боформленніконтентупрограмнаобробкавідеопотокупідчастапісля

трансляції

врозповсюдженнінарізноспеціалізованихонлайнресурсахвебсайт

соціальнімережівідеохостингикожензякихмаєсвоювізуальнуспецифіку

івідповідноаудиторію

гпобудовіграфічногоінтерфейсукористувачавебресурсучимобільного

додатку

мультиплатформністьзадопомогоючогодосягаєтьсямаксимальна

аудиторіяЦеповнавзаємозамінність

аапаратнихчастинмобільнийтелефонСмартТВстаціонарний

комп’ютерчиноутбук

бпрограмногозабезпеченняподібні

тощо

втипівпідключеннядомережімобільнийінтернеттелефонналінія

широкосмуговийчисупутниковийдоступ

Завдякимережевійдіяльностіукраїнськімасмедіазокремай

телекомпаніїрозширюютьсвоюаудиторіюзадопомогоюонлайнових

технологійотримуютьбільшезасобівдлязворотногозв’язкузкористувачами

ресурсівзаохочуютьглядачівдоспівпраціАксіологічнийзмісттаких

процесівполягаєвтомущоспоживачпомічаєсвоюфункціональнурольу

процесіствореннятелевізійногоконтентуавиробникпостійновивчаєумови

заякихформуютьсяінформаційнізапитиаудиторії

Історіярозвиткумедіатаінтернетусвідчитьпротещотелеаудиторія

спочаткуформуваласязчитачівтарадіослухачіванакінецьХХст—

початокХХІсттелеглядачставнетількикористувачемайспівтворцем

телевізійногоконтентуЦятенденціянанашудумкучимдалібудетільки

поширюватисяйпосилюватися

Еволюціяторкнуласянетількисуспільнихпроцесівімедіаай

реципієнтівякучасниківДоцифровоїреволюціїтелебаченнясприймалосяв



межахмасмедійноїкомунікаціївідодногодобагатьохВумовахвідкритої

онлайновоїспівпраціафактичноучастіглядачавпевнійчастині

телевиробництваситуаціязмінилася—комунікаціяможевідбуватисяів

піринговомуформатітобтовідбагатьохдобагатьохвсіучасникирівніміж

собою

Аудіовізуальнаспецифікаукраїнськоготелебаченнявінтернетітайого

комунікативнацінністьвплинуланапоявуновоїаудиторїївУкраїні—

користувацькоїВчорашнійглядачсьогодністаєікористувачеммаючив

своємутехнічномуарсеналіґаджетрозумнийтелевізорстаціонарний

комп’ютерчиноутбуквінмаєзмогувільноспоживатипоширювати

обговорюватистворювативласнийконтентчивпливатинаформування

сторонньоготелевізійногопродукту

Узагальнюючивсеописаневищеможнадатитакіпрактичні

рекомендаціїукраїнськимтелемовцямдляонлайндіяльності

арозширюватипрактикуонлайнтрансляційразомзпублікаціями

окремихтематичнихвідеосюжетівякіскладаютьосновуефіру

бпостійнооновлювативідеоконтентнавсіхонлайнресурсахале

насампереднадеаудиторіябуденайбільшою

врозміщуватисайтновогопроєктуумежахосновногомережевого

доменутелеканалудотримуючиськросбраузерностіправилдвохкліківі

візуальноїсхожостізіншимирозділамивикористовуватистандартнішрифти

інезначнізаобсягомграфічніфайли

гзастосовуватимобільнуверсіюсайтуйрозроблятимобільнийдодаток

телеканалущосприятимерозширеннюцільовоїаудиторії

Подальшедослідженняукраїнськогомережевоготелебаченняє

перспективнимнаприкладучастиніпромоціїтелевізійнихпроектівв

інтернетінарізнихйогоетапахіснуваннякастингитизернакампанія

рекламапідчаспоказутощо