Прикидько Ольга Михайлівна, менеджер з персоналу у СТОВ &laquo;Агрофірма Корсунь&raquo;. Назва дисертації: &laquo;Інформаційне онлайн-телебачення України&raquo;. Шифр та назва спеціальності 27.00.06 прикладні соціально-комунікаційні технології. Спецрада Д 26.852.26 Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Кваліфікаційна наукова праця

на правах рукопису

ПРИКИДЬКО ОЛЬГА МИХАЙЛІВНА

УДК 007:[004.738.5+654.197:070.431](047)

ДИСЕРТАЦІЯ

ІНФОРМАЦІЙНЕ ОНЛАЙН-ТЕЛЕБАЧЕННЯ УКРАЇНИ

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 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О. М. Прикидько

Науковий керівник: Гоян Олександр Яремович, доктор філологічних наук,

професор

Київ — 2020

ЗМІСТ

ВСТУП………………………………………………………………………. 11

РОЗДІЛ1. ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ В УКРАЇНІ: ЕТАПИ

СТАНОВЛЕННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ………………………………. 17

1.1. Від ефіру до інтернет-телемовлення: історична розвідка ………….. 17

1.2. Основні етапи становлення в Україні інформаційних онлайнтелепрограм ………………………………………………………................ 38

1.3. Сучасні погляди на формування платформ і технологій інтернеттележурналістики…………………………………………………………… 48

Висновки до розділу 1 ………………………………………………........... 69

РОЗДІЛ 2. ТЕМАТИЧНО-ЗМІСТОВІ ОСОБЛИВОСТІ НОВИННИХ

ОНЛАЙН-ТЕЛЕПРОГРАМ В УКРАЇНІ …………………………………. 72

2.1. Інформаційні телепрограми українських телекомпаній:

конкуренція і конвергенція ………………………………………………... 72

2.2. Тематика і жанрова характеристика українських телевізійних

новин………………………………………………………………………… 100

2.3. Інформаційне онлайн-телебачення України: дифузія жанрів як

телемовна технологія ……………………………………………………… 117

Висновки до розділу 2 …………………………………………………….. 145

РОЗДІЛ 3. ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ

ІНФОРМАЦІЙНОГО ОНЛАЙН-ТЕЛЕБАЧЕННЯ В УКРАЇНІ ............... 147

3.1. Аудиторія новинного інтернет-телебачення в Україні: соціальнодемографічна характеристика …………………………………………….. 147

3.2. Іміджева стратегія ведучого інформаційної онлайн-телепрограми

як технологія формування іміджу ………………………………………… 163

3.3. Особливості просування інформаційного телевізійного контенту в

Україні: традиційні технології та нові підходи…………………………... 175

Висновки до розділу 3 ……………………………………………………... 190

ВИСНОВКИ ………………………………………………………………... 193

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ …..……………………………… 199

ДОДАТКИ ………………….......................................................................... 224

ВИСНОВКИ

Реалізаціяметидослідженнятавиконанняпоставленихзавданьдали

змогудійтитакихвисновків

ВстановленощооналайнтелебаченнявУкраїніпройшлокількаетапів

становленнязокрема

етаппереходувіддублюванняефірногомовленнядооригінальних

авторськихмайданчиківзбагатимиінтерактивнимиможливостями–

рр

етапзалученняновихтехнічнихрозробокдляорганізаціїтапросування

медіапродуктуякісталидоступнимивеликимкорпораціяміпересічним

користувачамНаприкладвідомийвідеохостингдаєможливість

створювативласнийканалімонетизуватисвоївідео–рр

етапствореннятелеканаламивласнихунікальнихонлайнканаліві

наповненняїхконтентомдистрибуцієюмонетизацієютастатистикою–

рр

етаппереходувідбезособистіснихпрограмдоавторськогомовлення

появиновихвербальнихтавізуальнихформвідтворенняподійзавдяки

переходунановітнітехнологіїтелевиробництвар–досьогодні

Доголовнихчинниківвпливунапроцесстановленнятаформування

інформаційноготелемовленняналежатьзаконотворенняфінансування

іноземніінвестиціїперехідвіддикторськогодоавторськоговеденнянові

методитаформиподачіінформаціїПеренесеннятелебаченнявінтернетпростірізалученнясоціальнихмереждляпросуваннявласногоконтенту

посприялорозширеннюаудиторіїпідвищеннюрівняефективностізворотного

зв’язкузглядачем

Функціонуваннятелебаченнявсвітовіймережітрансформуєта

видозмінюєструктуружанрівметодироботизмасовоюінформацієюформуй

каналиподачіматеріалівУпроцесістворенняінформаційноїпрограмиякамає

бутипристосованадоонлайнтрасляціїзастосовуєтьсянабіртехнологійякі

проходятьпроцесадаптаціївідтрадиційнихдоонлайнверсій



Увиробництвітарозповсюдженніновинмультимедійністьєважливим

компонентомтелевізійнихтехнологійдляформуванняглядацькоїаудиторії

рейтингівтапрестижуканалущовпливаєнажанровусистемуінформаційної

програмитанависвітленняновихтемОнлайнаудиторіямаєможливість

споживатиінформаціюутакихформатахтекстовомущоміститьсянасайті

підкожнимвипускомновинвідеоякедеталізуєзмістматеріалуаудіо

онлайнчивзаписуфотозвітучиінфографічнихзображеньпоєднання

кількохваріантівдляотриманняновин

Наприкладіінформаційнихпрограмдосліджуванихтелеканалів

розглянутодифузіюжанрівінформаційнихматеріалівзокремаінтерв’юта

репортажупереважаютьелементиінтерв’юрепортажутаінтерв’ю

переважаютьелементирепортажуінтерв’ютаінфографікизаміткита

фейлетонуРідшетрапляютьсятакожтакіжанровіпоєднанняінтерв’юдумкарепортажподієвийрепортажінтерв’ютематичнийрепортажінтерв’ю

спеціальнийрепортажінтерв’юВідеоблогивмежахукраїнськогоновинного

онлайнмовленняфункціонуютьутакихінформаційноаналітичнихжанрахяк

телевізійнийоглядтарозгорнутийзагальнополітичнийзвіт

Проаналізованийконтентновиннихпрограмінформаційнихтелеканалів

Українияквефірномумовленнітакіонлайнпоказуєщодлявисвітлення

політичнихтасуспільнозначущихтемнайчастішевикористовуютьінтерв’юта

репортажКрімтогохарактерноюрисоюнинішньоготелебаченняєжанр

інфотейнментузокремаінановиннихканалахефірноготаонлайнмовлення

Накожномузетапівстановленнятелебаченнявиникалатехнологіяяка

сприялайоговдосконаленнютазближеннюзглядацькоюаудиторієюзокрема

створенняінформаційногопродуктуврежиміонлайнінтернеттехнологія

подкастингуповногодублюванняпрямогоефірунавебсторінцітелекомпанії

транслюваннятелевізійногоконтентущовжевийшоввефірпротягомпевного

періодуперсональногомережевоговідеорекордерувиробництвателевізійного

продуктушляхомтрадиційнихаудіовізуальнихстандартівЗМІадаптації

продуктудлямобільнихпристроївтаінтеграціїзтелекомунікаційними

сервісами



З’ясованощоновиннийконтенттелеканалівУкраїната

маєвідмінностівподачіматеріалунавебсайтіта

аонлайнформатпередбачаєврахуванняпереглядівлайківта

коментарівТакнаетелеканалУкраїнамаєтис

підписниківана–тис–тис

користувачівнаетатисосібна

Визначенощовжанрірепортажуінтерв’ювисвітлюютьсяподіїнасході

країнизвідкиведутьсяпрямівключенняужанріінтерв’юрепортажу

журналістиготуютьматеріалинатемианалізувійськовополітичноїситуаціїв

Українідомовленостейпроприпиненнявійськовихдійпідвищеннятарифів

підняттяціннапродуктиЗ’ясованощоврлідерамизависвітленнями

темиАТОсталителеканалиПрямийЕспресоканал

УкраїнатаканалВодночасаналізвідеоматеріалу

краудфандинговихтелеканалівпоказаввузькістьтематичноїспрямованостіта

відсутністьжанровогорізноманіття

Повнівипускиновинбільшостітелеканалівумережіпредставленілише

наофіційнихвебсайтахтелеканаліввчасністьподаннядоефіруматеріалу

залежитьвідтелеканалупротеєприкладиколивідеоматеріалз’являється

спочаткунасторінцівідеохостингуапотім–наофіційномувебсайті

відеоматеріалиякіз’являютьсянасторінціупредставленікороткими

відеосюжетамитематичнозмістованасиченістьновиннихвипусківпрямо

залежитьвідсуспільнополітичноїситуаціївкраїнітасвітібільшеуваги

приділяєтьсявиступамтазвітамГенштабувисокопосадовцямнардепама

значноменше–історіямукраїнськихвійськовихветеранівсюжетаміззони

АТОчианексованогоКриму

Результатидвоханкетуваньзчасовимпроміжкомурокиквітень

р–червеньлипеньрсвідчатьщобільшістьаудиторіїтрадиційних

програмтелевізійнихновинєлюдилітньоговікуякінемаютьдоступудо

інтернетуЗвичкилітніхглядачівпереглядатиновинипотелевізоруформують

основнуглядацькуаудиторіютакоготипумедіаІнформаційніпрограми

українськогоефірноготелебаченнявтрачаютьзв’язокзізначноючастиною



молодогонаселенняМолодийглядачщорокузалишаєтрадиційнітелевізійні

новиниістаєактивнимспоживачеммережевогоінформаційногоконтенту

Відповідіреспондентівпоказалищонайактивнішимиглядачамиякі

відвідуютьвебсайтителеканалівтадивлятьсявипускищодняєжителіміста

Києватаобласнихцентрів

аудиторіївікомвіддороківотримуютьновинивінтернеті

Половинаглядачіввікомвіддонадаютьперевагутрадиційному

переглядутелевізійнихновинДоперевагпереглядуновинумережіопитувані

зазначили–маютьможливістьдивитисяякповнівипускитакіокремі

відеосюжети–накожномусайтітелеканалуєархівпрограмдля–

можливістьдивитисяновинибудьдетанарізнихносіяхрештане

знаходятьжоднихзручностейіперевагаінколипереглядаютьтеленовини

колиблукаютьпросторамивсесвітньоїмережі

Додатковізапитанняванкетізардализмогуширшерозглянути

вподобаннятаспоживчізвичкиаудиторіїновинногоонлайнтелебачення

Головнавідмінністьувідповідяхреспондентівзаостаннідварокивкількості

глядачіввіковоїкатегорії–щопереглядаютьновинивінтернеті

ПорівнянозркількістьтакихглядачівзросламайжеудваразиТакож

анкетуванняпоказалозміниувиборітелеканалівдляперегляду

інформаційнихвипусківновинонлайнДляприкладуТСНур–

ур–новиннівипускителеканалуУкраїнаур–у

р–Урмаємотакірезультатищодопереглядуновинних

випусківтелеканалів––таЕспресо–

Наосновіодержанихрезультатівможнаконстатуватищоінформаційний

інтернетмовниквпевненопочуваєтьсяувеликихмістахзалишаєтьсяпитанням

часу–районніцентритаселаТакийвидтелебаченнявходитьуповсякденне

життябільшостіукраїнцівізчасомпосядетампровіднупозицію

Популярністьінформаційноїпрограмизалежитьнелишевідконтенту

айвідіміджуведучогоякоднієїзважливихтелевізійнихтехнологіййого

індивідуальнихособливостейтапрофесійнихуміньАналізуючиімідж

ведучогоонлайнпрограминовинвиділенотакітипизаобразомтастилем



акласичнийстильзелементамиділовоговедучіінформаційнихпрограм

телеканалівПершийтаканалбстильякиймаєтакі

підстиліведучіпрограмТСНВікнаНовиниНовини

тачасткововЧасновинведучіканалівСТБ

Українаведучітелеканалувстильвамп

ведучихтелеканалу

Крімправильнопідібраногоодягутамакіяжуприємноїзовнішностіта

зачіскиважливимиелементамиєвміннятриматисявкадрівербальнідикція

артикуляціятемпоритмдинамікамовленняінтелектуальністьголосі

невербальнімімікажестикуляціярухитілапозипаузичинникиатакож

психологічніхарактеристикивмінняшвидкореагуватинанесподівані

обставини

Протепомітноютенденцієюостанніхроківєтещовінтернетмовленні

впливведучогонааудиторіюдещовтрачаєтьсяоскількибільшістьтелеканалів

усоціальнихмережахтанавідеохостингувиставляютьдляперегляду

лишеокремісюжетизновиннихвипусківденемаєведучихукадріВедучі

присутнівсюжетахнавебсайтахтелекомпанійдеспоживачможезнайтиїх

фототекстипронихчатирекламуанонси

Вумовахсучасноїконкуренціїважливонелишевиготовитиякісний

конкурентоспроможнийінформаційнийпродуктайзалучититехнологіїзйого

просуванняінформуватийнагадуватиаудиторіїпровиробникатайого

продуктстимулюватипопитзалучатиякомогабільшукількостіглядачівдля

отриманнямаксимальнихприбутків

Дослідженнямаркетинговоїполітикиінтернеттелеканалівсвідчитьщо

вонивикористовуютьтакітехнологіїпросуванняінформаційнихпрограм

аанонситавідеозаставкинаофіційнихсайтахтелеканалівінасторінках

інформаційнихпрограмусоціальнихмережахтавідеоплатформахбучасть

телеведучихінформаційнихпрограмублагодійнихакціях

загальнонаціональнихфестиваляхіпрограмахвстворенняонлайндодатків

гтелебаченняназапитдствореннямедіабібліотеки



інформаційнихтелепрограмкращихсюжетіверозміщенняконтентув

хмарнихсервісахєрозподілнаефірнетапозаефірнемовлення

Результатиотриманівходідослідженнядоповнюютьісторіюрозвитку

телеіндустріїтаукраїнськоготелевиробництваПерспективнимиєдослідження

особливостейстановленнятарозвиткуокремихформатівфункціонування

онлайнтелебаченнятаплатформпросуванняінформаційнихвипусківновин