Міністерство освіти та науки України

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Інститут журналістики

**Полісученко Анна Юріївна**

УДК 007:304:070

**ІНТЕРАКТИВНІСТЬ У ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ МОВЛЕННІ УКРАЇНИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

спеціальність 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

Автореферат

дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата наук із соціальних комунікацій

Київ – 2014

Дисертацією є рукопис

Роботу виконано на кафедрі телебачення і радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка   
МОН України.

Науковий керівник кандидат педагогічних наук, доцент

**ЄЛІСОВЕНКО Юрій Петрович,**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики,

доцент кафедри телебачення і радіомовлення

Офіційні опоненти: доктор наук із соціальних комунікацій, професор

**БУТИРІНА Марія Валеріївна,**

Дніпропетровський національний університет

імені Олеся Гончара,

завідувач кафедри реклами і зв’язків з громадськістю

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**БАБЕНКО Вікторія Володимирівна,**

Львівський національний університет імені Івана

Франка,

доцент кафедри радіомовлення і телебачення

Захист відбудеться “25” червня 2014 року о 14 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д.26.001.34 Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 04119, м. Київ, вул. Мельникова 36/1, Інститут журналістики.

З дисертацією можна ознайомитися у Науковій бібліотеці імені М. О. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01033, вул. Володимирська, 58, к. 10.

Автореферат розісланий “22” травня 2014 року.

Вчений секретар спеціалізованої

вченої ради кандидат філологічних

наук, доцент В.М. Корнєєв

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

**Актуальність теми дослідження** зумовлена бурхливим розвитком інформаційних технологій та інтернету на початку ХХІ ст., завдяки чому інтерактивність стала однією із головних тенденцій в інформаційному світі, зокрема на телебаченні. Інтерактивна модель комунікації надає можливість аудиторії висловити свою думку, зробити вибір, вплинути на подію.

Cоціальна теорія визнає, що розвиток інтернету і технологій зв’язку стали основною причиною переходу від індустріального до інформаційного суспільства. Через активне застосування інтернету і засобів зв’язку процес виробництва і поширення інтерактивного телебачення зазнав істотних змін, як і суспільний інститут мас-медіа в цілому. Процес розвитку інтерактивності на телебаченні триває, отже, вкрай необхідне його детальне вивчення і дослідження як окремого феномена.

Інтерактивність є важливим компонентом мультимедіа, базовим складником інтернету, інформаційних служб, набуває домінуючого значення в усіх видах телекомунікацій, засобах інформаційного обслуговування. Розвиток інтернету, супутникового зв’язку, кабельних мереж відкрив нові можливості для розширення аудиторії, програмування, інтерактивного спілкування з глядачами. З’явилися нові програми (реаліті-шоу) і форми мовлення (інтернет-ТБ). Інтерактивність характеризує систему або режим роботи, яким властивий зворотний зв’язок, відгук, взаємодія. Односторонній вплив ЗМІ на маси змінився на взаємодію ЗМІ з масами, певну взаємозалежність.

Сучасна дійсність, завдяки активному поширенню інформаційних технологій і мультимедійних засобів комунікації, ставить перед ТБ нові завдання. Для того, щоб зберегти глядача і залучити молоде покоління до перегляду телепродукту, все частіше використовуються інтерактивні технології. Це зумовлено усе більшим поширенням інтернету, де молодь, окрім отримання інформації, активно спілкується, висловлює свої думки, впливає на прийняття рішень.

До прийомів телевізійної інтерактивності належать дзвінки глядачів до студій прямого ефіру, телемости, прямі включення в новинах, телетрансляції в інтернеті (де одночасно з трансляцією, або після, глядачі можуть голосувати, залишати коментарі, спілкуватись одне з одним, з авторами, учасниками чи ведучими програми), спілкування з глядачами у прямому ефірі, СМС-голосування та ін. На сьогоднішній день існує чимало телепрограм, де рішення про подальше розгортання подій приймають глядачі, наприклад, розважальні телешоу: «Танці з зірками», «Фабрика зірок», «Народний артист» і безліч інших, переважно зарубіжних, форматів; політичні ток-шоу «Шустер live», «Свобода слова»; телеконкурси, телевікторини, телемагазини, спортивні прогнози. Ці проекти мають високий рейтинг перегляду, що свідчить про їхню популярність, а відповідно й про актуальність наукового дослідження цієї теми.

Використання прийомів інтерактивності існує не один десяток років, але ґрунтовних і розгорнутих наукових досліджень щодо її теорії і практики досі існує не багато. Є певні згадки і напрацювання, присвячені окремим частинам, але такі, які б досліджували тему, взяту за основу дисертаційного дослідження, нам не відомі.

Тема цього дисертаційного дослідження становить значний інтерес для науки, оскільки пропонує нове осмислення поняття про телевізійну інтерактивність, а з огляду на тенденції розвитку інформаційного суспільства, має важливе значення для розвитку телемовлення України.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Обраний напрям дослідження є безпосередньо пов’язаним із фундаментальною науково-дослідною темою №11БФ045-01 «Український медійний контент у соціальному вимірі» Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та з темою кафедри телебачення і радіомовлення «Опис контенту сучасних теле- та радіопрограм», за якими виконуються наукові кваліфікаційні роботи. Текст дисертаційного дослідження може бути використаний для створення навчального посібника для студентів спеціальності «Журналістика».

**Мета** дослідження – виявити і описати тенденції застосування інтерактивних прийомів в українському телевізійному мовленні.

Задля досягнення поставленої мети необхідно розв’язати такі завдання:

1. Визначити соціально-історичні та науково-теоретичні засади телевізійної інтерактивності.

2. Розглянути практику використання інтерактивності на світовому та вітчизняному ТБ.

3. Проаналізувати сучасну практику та виявити найбільш характерні тенденції використання інтерактивності в телевізійному мовленні України.

4. Окреслити сфери найактивнішого використання інтерактивних прийомів на ТБ, визначити вплив інтерактивності програми на її популярність, класифікувати поширені у сучасному телебаченні інтерактивні формати та оцінити результативність кожного з них.

5. Підготувати методичні рекомендації щодо застосування інтерактивності на ТБ та для внесення доповнень у програми фахової підготовки майбутніх журналістів у виші.

*Об’єктом дослідження* є телевізійне мовлення України.

*Предметом дослідження* є інтерактивність у телевізійному мовленні України, її теорія і практика.

*Хронологічні межі дослідження:* 1999 – 2013 роки. З кінця минулого століття починається розвиток інтерактивності на українському телебаченні з початку розвитку цифрових технологій, мобільного зв’язку, інтернету в Україні, що дозволило залучати глядачів не лише в якості спостерігачів, а й прямих учасників процесу створення програм.

*Джерельна база*– дисертаційне дослідження написано на основі документальних і архівних матеріалів, наукових робіт, досліджень, публікацій у наукових журналах і інтернеті, записів передач телеканалів України.

**Методи дослідження** – аналіз документів, синтез, контент-аналіз, анкетування, інтерв’ювання, метод експертних оцінок, прогнозування, спостереження, описовий метод, абстрагування, індукція, традукція, дедукція, джерелознавчий пошук, узагальнення досвіду, метод математичної статистики, метод класифікації.

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає у дослідженні теоретико-методологічних і практичних засад використання інтерактивності в сучасному телебаченні України.

*Вперше:*

* узагальнено практичний досвід світових і українських виробників телепродукції;
* підсумовано теоретичні наукові напрацювання в царині телевізійної інтерактивності сучасного телебачення;
* визначено соціально-історичні засади телевізійної інтерактивності;
* здійснено теоретико-методичне обґрунтування відповідності технологічного забезпечення українських телеканалів і студій із виробництва телепродукту, рівня професіоналізму фахівців та ступенем застосування інтерактивності;
* виявлено найбільш характерні тенденції використання інтерактивності в телевізійному мовленні України;
* визначено неухильне зростання інтерактивності українського телевізійного контенту;
* окреслено сфери найактивнішого використання інтерактивних прийомів на українському телебаченні;
* класифіковано поширені у сучасному телебаченні інтерактивні формати і оцінено результативність кожного із них;
* визначено особливості телевізійної інтерактивності, взаємодію і взаємовплив з іншими засобами масової комунікації та споживачем;
* розроблено рекомендації щодо впровадження інтерактивності на українському телебаченні;

*удосконалено:*

* уявлення про особливості інтерактивних комунікацій в сучасних телепрограмах;

*набуло подальшого розвитку:*

* вивчення телевізійного мовлення з позицій інтерактивності, застосування нових методів при підготовці телевізійних програм;
* поняття про телевізійну інтерактивність.

**Практичне значення отриманих результатів** – основні висновки дисертації доповнять і поглиблять наукові знання про телевізійну інтерактивність і сучасне українське телебачення в контексті світового, які застосовуються при виробництві телевізійного продукту, а також дадуть змогу практично застосовувати отримані знання для підготовки сучасного телеефіру. Матеріали та висновки дисертації можна буде внести до університетських курсів з тележурналістики, а рекомендації застосовувати для поліпшення ефективності в роботі телевізійників-практиків. Це дослідження має істотне значення для наукового осмислення питань і проблем, пов’язаних із використанням інтерактивності у телебаченні, узагальнення понять, термінів, видів, жанрів тощо.

**Особистий внесок дисертанта.** Дисертаційне дослідження, автореферат та 11 наукових публікацій, у яких викладені основні положення наукової роботи, виконано дисертантом самостійно, 2 наукові статті виконано у співавторстві з науковим керівником – кандидатом педагогічних наук, доцентом Ю.П. Єлісовенком. У статті[[1]](#footnote-1) загальним обсягом 0,4 друкованих аркуша дисертанту належить: постановка проблеми і завдання дослідження, логічна схема розв’язання завдання, висновки і перспективи дослідження. У статті[[2]](#footnote-2) загальним обсягом 0,5 друкованих аркуша дисертанткою проаналізовано основні ознаки новітнього явища digital nomads, виділено основні критерії визначення поняття, виявлено тенденції його розвитку і використання на сучасному телебаченні із використанням телевізійної інтерактивності.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення і результати дослідження оприлюднено на 8 наукових конференціях, серед яких 5 міжнародних і 3 всеукраїнських: Міжнародній науково-практичній конференції «Журналістика в 2010 році. ЗМІ в публічній сфері» (Москва, 2011 р.), VI Міжнародній науковій конференції, присвяченій проблемам суспільних наук (Москва, 2013 р.), Міжнародній конференції «Наука та сучасність: виклики глобалізації» (Київ, 2013 р.), Міжнародній конференції «Формування сучасного вигляду науки» (Донецьк, 2013 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Журналістика-2013: стан, проблеми і перспективи» (Білорусь, Мінськ, 2013 р.), Всеукраїнській конференції «Українська журналістика в контексті світових інформаційних процесів» (Київ, 2011 р.), Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Прикладні аспекти дослідження медійного контенту» (Київ, 2013 р.), Всеукраїнській науковій конференції «Сучасний інформаційний простір: журналістика та медіаосвіта» (Алушта, 2013 р.).

**Публікації.** Основні результати дослідження викладено у тринадцяти публікаціях, п’ять з яких розміщено у виданнях, зареєстрованих ВАК України як фахові (з них дві у співавторстві), одну розміщено в міжнародному науковому журналі (Грузія, Тбілісі), шість – у тезах і матеріалах доповідей, уміщених у збірниках наукових конференцій, в тому числі трьох міжнародних (Росія, Білорусь).

**Структура дисертації.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, які містять 6 підрозділів, висновків, списку використаних джерел (493 позиції).

Загальний обсяг дисертації – 230 сторінок, основний зміст викладено на 185 сторінках, список літератури поданий на 45 сторінках.

**ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації та її зв’язок із науковими темами Інституту журналістики, в якому виконано роботу, визначено мету й завдання, об’єкт, предмет, перелічено наукові методи дослідження, сформульовано наукову новизну, теоретичне та практичне значення дисертації, подано відомості про публікації та апробацію результатів наукового дослідження на наукових конференціях.

У **першому розділі «Історія та теорія інтерактивності телевізійного мовлення в структурі соціальних комунікацій»** здійснено аналіз основних журналістикознавчих, масово-комунікаційних, культурологічних, філософських, мистецтвознавчих та психологічних наукових джерел з обраної теми. У ньому наведено здійснений нами огляд теоретичних уявлень про телевізійну інтерактивність, її виникнення та розвиток, подано джерельну базу дослідження.

Інтеграційні процеси в новітніх ЗМІ, зокрема телевізійну інтерактивність, вперше помітили зарубіжні вчені: П. Кребс, Д. Хаммерквіст, Ч. Кіндші, М. Гавлінскі, Д. Лекакос, К. Чоріанопоулос, Г. Дукідіс, М. Пагані, Г. Бенуа та ін. Прикметним є той факт, що одні з них досліджували цифрове телебачення: супутникове, кабельне, мобільне, інтернет, а інші розробляли побудову інтерактивного і комерційного контенту. За будь-яких умов їхні праці сприяли подальшій еволюції телебачення.

Проблеми розвитку телевізійної інтерактивності досліджувалась і раніше у працях сучасних українських учених В. Гоян, Ю. Єлісовенко, В. Іванова, С. Квіта, Г. Почепцова, В. Різуна, А. Ручки, Г. Сащук, Т. Шальман.

Проведений огляд засвідчив, що, незважаючи на відносно невеликий термін існування, телевізійна інтерактивність має глибоке історичне та теоретичне коріння, бере свої витоки з активізації глядачів у театральних постановках і масових дійствах. І хоча досі не існує загально прийнятої науковцями всього світу термінології щодо телевізійної інтерактивності, і навіть єдиного визначення, вона вже досить всебічно досліджувалась, переважно за кордоном. Чинні наукові розвідки дають потужну базу для подальшого дослідження телевізійної інтерактивності та різних її елементів: взаємодії із глядачем, зворотного зв’язку, технологічної бази, форм і видів контенту.

У *підрозділі 1.1 «Історія виникнення й використання інтерактивності телевізійного мовлення»* з’ясовані процеси виникнення телевізійної інтерактивності, *розвиток взаємодії* комунікатора і аудиторії, *моделі комунікації*, які передували появі телевізійної інтерактивності. Так, у теоретичних моделях масової комунікації раніше з’явились елементи «зворотний зв’язок» (50-ті рр. ХХ ст., модель Т. Ньюкомба), становлення діалогічних жанрів журналістики в електронних ЗМІ (60–70-ті рр. ХХ ст.), тенденції персоніфікації журналістики (70–80-ті рр. ХХ ст.), інтерактивність, що регулюється комунікатором (початок проведення інтерактивних соціологічних опитувань, 80–90-ті рр. ХХ ст.).

У *підрозділі 1.2 «Теоретичні засади інтерактивності телевізійного мовлення»* проаналізована теорія телевізійної інтерактивності, починаючи з початку ХХ століття. Так, явище телевізійної інтерактивності вже існувало, але загально прийнятої назви ще не мало. Цю модель мовлення називали по-різному: і «контактне телебачення», і «телебачення з відкритим зворотним зв’язком», і «інтерактивне телебачення». Новий термін швидко закріпився в мові телевізійників, журналістів друкованих та електронних видань, а згодом і у широкому вжитку. Так стали називати всі різновиди телепрограм, заснованих на взаємодії (інтеракції) з телеаудиторією: ток-шоу, народні новини, політичні програми, передачі, що базуються на співтворчості з глядачем. Розглядається і розкривається термінологія, *різновиди* телевізійної інтерактивності, *інструменти взаємодії* із аудиторією і засоби зворотного зв’язку.

Історія і теорія телевізійної інтерактивності свідчать про те, що вона набула поширення в усьому світі, активно розвивається і використовується на телебаченні. Існує кілька різновидів інтерактивності на ТБ, зокрема технологічна (IPTV, кабельні і супутникові мережі), а також контентна інтерактивність (взаємодія виробників телепрограм із телеглядачами). Дослідженню саме інтерактивності як елементу телеконтенту приділено основну увагу в цій роботі. Хоча і технологічна інтерактивність у ній також досліджується, оскільки вони тісно пов’язані між собою.

Визначено, що, окрім *позитивних аспектів* інтерактивності, таких, як демократизація мовлення, вона має й *негативні прояви*: засилля розважального контенту, зниження частки пізнавальних програм, значна питома вага патогенних новин, що руйнують традиційні моральні цінності та етичні засади. Україна, як і світ, постала перед небезпекою глобалізації. Завдяки розвитку супутникового зв’язку, кабельних мереж, інтернету українці поповнюють кількість жертв інформаційно-маскультурних стандартів РФ і США. А це нерегульований вплив на створення культурно-моральних цінностей, зокрема сумнівних і шкідливих на формування національних уподобань, яке здійснюється через кінопродукцію та телепрограми із використанням інтерактивності.

Проведений аналіз наукової літератури щодо історії та теорії досліджуваної проблеми дав змогу дійти висновку стосовно того, що телевізійна інтерактивність за умов дотримання європейських стандартів журналістики може мати демократичний характер і допомагати пересічній людині реалізовувати своє право на вияв громадянської позиції, на поширення інформації, на свободу висловлювань і спілкування.

У **другому розділі «Практика використання інтерактивності телевізійного мовлення в Україні та світі»** проаналізовано такий контент сучасного ТБ, що виготовляється із використанням різноманітних прийомів інтерактивності: ток-шоу, музичні та інформаційні програми, реаліті та ін. Завдяки індивідуальному характеру телесприйняття в процесі контакту з аудиторією відбувається помітна активізація особистості. Конкретний телеглядач відчуває, що телепослання призначене саме йому, і виробляє власне ставлення до того, що відбувається, може самостійно обирати програми і канали, використовувати відео, інтернет, всі можливості інтерактивного і мультимедійного зв’язку. Визначено, що сучасне світове і українське телемовлення представлене широким спектром програм із використанням інтерактивності. Якщо раніше її ознаки мали місце лише у телемостах, деяких ігрових програмах, вкрай рідко – у випусках новин, то нині практично кожна телепередача має ознаки інтерактивності.

У *підрозділі 2.1 «Світовий досвід застосування інтерактивності телевізійного мовлення»* досліджено сучасну міжнародну практику використання інтерактивності у телепередачах, інтеграцію з соціальними мережами, *конвергенцію* ЗМК. Зокрема, популярні у світі інтерактивні інтернет-телепередачі та онлайн-телеканали.

У *підрозділі 2.2 «Вітчизняний досвід використання інтерактивності телевізійного мовлення»* досліджено інтерактивність в українському телевізійному мовленні, яка почала активно розвиватись на початку XXI ст. У 2013 р. в ефірі українських телеканалів були присутні всі ознаки інтерактивності, властиві зарубіжним мовникам. Зокрема, на українському ТБ, було помічено наступні прояви телевізійної інтерактивності: телеміст, телемарафон, теледебати, прес-конференція у прямому ефірі, телетекст, вуличне телебачення, трансляція телеканалів в інтернеті, інтеграція з мобільними пристроями, музичний інтерактив, прямі включення в інформаційних програмах, зокрема й спортивних, реаліті-шоу, талант-шоу, ток-шоу, інтерактивність у ранкових шоу, студентське інтернет-телебачення, освітні програми (дистанційне теленавчання), телевізійна комерція (телемагазини, телеворожіння, телевікторини, телееротика), інтерактивна журналістика, залучення і активізація глядачів.

Від початку незалежності України, лише здобувши свободу слова і демократію, ефір УТ заповнився численними телебесідами, круглими столами, прес-конференціями і брифінгами, що стало першим кроком до інтерактивізації телеефіру. Тоді ж почали з’являтись і набувати популярності комерційні телеканали та поширення через них закордонних програм, які технологічно набагато випереджали вітчизняні, мали чимало проявів інтерактивності. Телебесіда у чистому вигляді не набула поширення на українському ТБ, більшу популярність здобули її різновиди: ток-шоу, теледебати, прес-конференції у прямому ефірі.

Установлено, що телебачення у другому десятилітті XXI ст. повністю змінило свою спрямованість: від монологічної форми з пізнавально-розважальною функцією воно перейшло до діалогічної форми, постійного спілкування з глядачами. Інтерактивність посіла провідне місце на світовому та українському ТБ і має чимало проявів зворотного зв’язку з телеглядачами, учасниками, спостерігачами: СМС-голосування і СМС-вікторини, дзвінки в ефір (прямий чи через редактора), спілкування в чатах і форумах, листування – поштове і електронне, присутність глядачів та випадкових спостерігачів у кадрі. Фідбек (зворотний зв’язок) від глядачів виявляється навіть у вигляді голосування за допомогою дистанційного пульту: безпосередньо перегляду передачі, адже глядацькі рейтинги відіграють визначальну роль у подальшій долі програм в ефірі каналів. Саме завдяки професійному аналізу подібних явищ і тенденцій та вивченню застосованих у них елементів інтерактивності стає можливим розуміння соціокультурних процесів, що відбуваються на українському та світовому телебаченні початку XXI ст.

У **третьому розділі «Аналіз сучасної практики використання інтерактивності в телевізійному мовленні України»** запропоновано аналіз технологій і тенденцій, які відкрили безліч можливостей для інтерактивного телебачення, адже у сучасному цифровому світі у глядачів і телевиробників є безліч нових і цікавих способів взаємодії. Із розвитком інформаційного суспільства дедалі більшого значення набуває телевізійна інтерактивність, головною ознакою якої є взаємодія телевиробника з користувачем, що доводить можливість впливу телевізійної аудиторії на кінцевий результат. Інтерактивність є можливою лише в діалогічних жанрах мовлення і є ознакою демократичного суспільства, має яскраво виражений соціальний аспект. Інтерактивне телебачення дає можливість телеглядачам стати співтворцями інформаційного продукту, вступати в діалог із телевиробником. Зокрема, воно виводить глядача за межі пасивного спостереження, спонукає до спілкування, дає змогу робити вибір і діяти.

У *підрозділі 3.1 «Кількісний і якісний аналіз використання інтерактивності в передачах загальнонаціональних телемовників»* узагальнено отриману інформацію про інформаційні зв’язки. Проаналізовано рейтинги різноманітних форм ТБ із використанням телевізійної інтерактивності: ток-шоу, реаліті, ранкових шоу, музичного інтерактиву тощо, а також проаналізовані сайти провідних телеканалів на предмет наявності телетрансляції й інших проявів взаємодії із телеглядачами. Згідно з рейтингом групи телебачення, у квітні 2013 р. на 1 місці був сайт телеканалу СТБ з охопленням 8,84 % аудиторії з України, далі розташувався сайт 24 інформаційного каналу з 5,55 %, Інтер – 3,31 %, 1+1 – 2,92 %, ICTV – 3,52 %, Новий канал – 1,85 %, Перший національний – 2,49 %, ТРК Україна – 0,97 %, 2+2 – 0,68 %.

Виявлено, що дослідження телевізійної аудиторії – одне із найважливіших джерел інформації для телеринку, зокрема для розуміння рівня популярності телепрограм із використанням інтерактивності, метою якого є визначення обсягів аудиторії телемовників і їхніх передач. За допомогою цих досліджень можна отримати інформацію, яким саме програмам віддається перевага глядачів та хто вони. Також визначена залежність рівня популярності телеканалу від кількості проявів телевізійної інтерактивності в ефірі.

У *підрозділі 3.2 «Тенденції використання інтерактивності в сучасному телевізійному мовленні України»*проаналізовано розвиток телевізійної інтерактивності виходячи із сучасних реалій. Кількість людей, які відмовляються від ефірного, супутникового і кабельного телебачення збільшується, зокрема і через можливість доступу сучасних телевізорів до інтернету. Глядач має широкий вибір з величезної кількості телеканалів за тематичним спрямуванням, з різних країн, переглядати їх в режимі онлайн, до того ж, можна дивитись окремі програми безпосередньо в інтернеті без набридливої реклами. Дослідження компанії iVOX показали, що близько 70 % користувачів інтернету в Україні дивиться телебачення онлайн, зокрема щоденно його переглядає 9,6 %, 16,8 % – кілька разів на тиждень, 11,8 % – два-три рази на місяць, 30,5 % – зрідка. Не переглядають телепрограми в інтернеті, відповідно, 30% користувачів. Чоловіки переглядають телепрограми в інтернеті частіше за жінок. Майже щодня це роблять 13,1 % чоловіків і 6 % жінок, кілька разів на тиждень – відповідно 20,9 % і 12,5 %.

Американська корпорація АВС пояснює успіх онлайн-телебачення його зручністю, адже часто глядачі не встигають переглянути передачу вчасно, а інтернет-телебачення дозволяє її переглянути будь-коли. У результаті досліджень аудиторії інтернет-телебачення, компанія дійшла висновку, що 77 % глядачів дивляться його саме так.

Визначено, що у перспективі телебачення стане своєрідною базою даних, а глядач – вільним користувачем, що шукає і отримує потрібну інформацію. Встановлено, що інтернет-ТБ є черговим кроком до розвитку інформаційного суспільства, викликаним потребою глядачів в оперативному висвітленні подій, і у зручній формі висвітлення (перегляд телепрограм одночасно з моніторингом інтернет-контенту). Інтернет-ТБ пропонує реципієнтові ширші можливості для зворотного зв’язку зі ЗМІ в режимі онлайн.

Наприкінці ХХ ст. у традиційній системі масової інформації остаточно оформилась група «новітніх» засобів комунікації, пов’язаних із телевізійними і комп’ютерними технологіями.

Доведено, що телевізійна інтерактивність є початком глобального інтеграційного процесу, в який вже вступили сучасні ТБ та інтернет. Світ звужується, люди отримали можливість спілкуватись як будучи поруч, так і на відстані за допомогою пристроїв. Електронні симулятори стали замінниками реального спілкування, спостерігання за подіями в ефірі телеканалів чи інтернеті замінює відвідування цих подій, віртуальні друзі замінюють реальних: їхнє фото і відео тепер від нас на відстані листа чи дзвінка.

Адаптація традиційних ЗМІ до нових мульти­медійних та мережевих технологій йде повільно і з різною часткою успіху для різних ЗМК. Телебачення порівняно вдало перейшло до ви­ко­ристання інноваційних технологічних ресурсів і забезпечило свою діяльність в інтернеті.

Сучасне ТБ застосовує нові цифрові формати, зокрема web 2.0 (інтернет+блогосфера), web 3.0 (інтернет+ блогосфера+соціальні мережі) – нові форми інтерактивної соціальної комунікації. Відносини в ЗМІ деякі дослідники пропонують визначати терміном медіаінтеракція, учасниками якої є всі види та типи ЗМІ, що праг­нуть до взаємовигідного співробітництва. Інтерактивність докорінно змінила сучасний медіапростір, вона дає змогу аудиторії самостійно робити вибір на користь того чи того контенту або відмовлятись від нього. Інтерактивність гарантує право на свободу інфор­мації та на свободу від інформації.

Інтерактивність на ТБ сьогодні – прогресивний і перспективний чинник. Він має багато проявів, типів, різновидів, жанрів, щороку їхній спектр розширюється. Телеінтерактивність потребує подальшого дослідження, вивчення і систематизації, прийняття єдиної термінології для зручності у користуванні й уникнення проблем комунікації між теоретиками і практиками. Інтерактивність на ТБ, попри діаметрально-протилежні прояви (як зі знаком плюс, так і зі знаком мінус), явище достатньо цікаве, що в подальшому буде розвиватись і модернізуватись. І щоб унеможливити негативні прояви, його треба всебічно досліджувати.

Телебачення вийшло за межі міст, регіонів, країн, ставши інтернаціональним. Люди, які говорять різними мовами і живуть у різних країнах, мають можливість переглядати будь-які канали. Інтернет-трансляція спростила життя емігрантів: тепер українець в еміграції може спостерігати за баталіями в українському футбольному турнірі чи вболівати за своїх улюбленців у пісенних конкурсах на батьківщині. Глядачі отримали можливість знайомити своїх друзів із країн, де вони мешкають, з культурою рідного народу за допомогою телеканалів.

У XXI ст. швидко і радикально змінюється телеіндустрія. Не останню роль у цьому відіграють і процеси глобалізації. Результатом цього є зокрема й те, що телебачення невпинно рухається в бік інтерактивності, пропонуючи глядачам новітні послуги. Необхідність дослідження інтеграції новітніх ЗМІ та пошуку нових форм спілкування є реальною й назрілою, а з огляду на зацікавленість нею у світі, ще й актуальною та вагомою науково-практичною проблемою.

Виходячи із того, що рано чи пізно всі світові розробки з’являються і в Україні, ми дійшли *висновку*, що згодом інтегроване з інтернетом телебачення набуде поширення і в нашій країні. Інтерактивні можливості – це те, чого вимагає глядач, а телебачення йде йому назустріч. Телевізійна інтерактивність з кожним днем набирає все більше обертів, що саме по собі зумовлено різними чинниками, поміж яких комерціалізація ТБ посідає не останнє місце.

**ВИСНОВКИ**

У *висновках* сформульовано наступні результати проведеного дослідження:

1. Аналіз наукової літератури з проблем телевізійної інтерактивності показав, що її соціально-історичні засади сягають давнини та праджерел, пов’язаних з античними діалогічними формами спілкування, зокрема й у процесі народних свят. А перші суто телевізійні форми з’явились на початку 50-х рр. ХХ ст. Науково-теоретичні засади телевізійної інтерактивності мають соціально-комунікаційну, філософську, культурологічну, психологічну, педагогічну, кібернетичну, соціологічну та суто технічну складові.

2. Ознайомлення з сучасним світовим і вітчизняним досвідом використання телевізійної інтерактивності, спостереження за ним ззовні та зсередини, безпосередня участь у ній дисертанта довели, що при всій процесуальній схожості вітчизняної та світової практики використання інтерактивності, зокрема в США та країнах Західної Європи, остання значно випереджає вітчизняне й загалом пострадянське ТБ за обсягами та якісними параметрами інноваційних форматів.

Якщо на початку дослідження, у 2009 р., можна було говорити лише про появу певних ознак інтерактивності на українському телебаченні, то з часом його позиції дедалі посилюються, присутність збільшується. У 2013 р. вже можна сміливо говорити про інтерактивність як невід’ємну частину практики українського ТБ.

3. Аналіз сучасної практики дав змогу виявити найбільш характерні тенденції використання інтерактивності в телевізійному мовленні України, зокрема: 1) зростання телевізійної інтерактивності, зумовлене закупівлею та адаптацією до вітчизняних реалій інноваційних західноєвропейських форматів («Голос країни», «Міняю жінку», «X-фактор», «Україна має талант» та ін.). Ще одним чинником збільшення обсягів телевізійної інтерактивності є інтеграція ТБ, інтернету і соціальних мереж і нових можливостей; 2) збільшення активності глядачів, пов’язане зі зміною парадигми ставлення до них як до співтворців телевидовища та новими можливостями, що відкриваються від поєднання ТБ, інтернету та соціальних мереж; 3) поляризація і розшарування телевізійної інтерактивності за шкалою плюс (позитивна) і мінус (негативна), пов’язані з неоднозначністю її використання; 4) сприяння телевізійної інтерактивності точнішому відображенню реальної дійсності в телевізійному контенті, розвиткові громадянського суспільства, його подальшій демократизації.

4. Виявлено сфери найактивнішого використання прийомів телевізійної інтерактивності на українському телебаченні (зокрема, у розважальних та інформаційних форматах), визначено взаємозв’язок між рівнем популярності телепередач та кількістю проявів телевізійної інтерактивності у них, класифіковані поширені у сучасному ТБ інтерактивні формати та оцінена результативність кожного з них.

5. У ході дослідження сформульовано такі рекомендації щодо застосування інтерактивності на ТБ: 1) ширше використовувати телевізійну інтерактивність у передачах не тільки розважального формату; 2) використання телевізійної інтерактивності повинно мати насамперед соціальну спрямованість, а не лише комерційну; 3) особливу увагу слід приділити використанню телевізійної інтерактивності у телепередачах на регіональних каналах ТБ; 4) внести доповнення у програми фахової підготовки майбутніх журналістів у вишах в частині вивчення прийомів телевізійної інтерактивності; 5) запровадити спецкурс «Телевізійна інтерактивність» для студентів 3-го курсу спеціальності «Журналістика».

Результати проведеного дослідження доводять актуальність висновку стосовно значення телебачення для сучасних людей та здійснення ним надзвичайного впливу на їхню свідомість. Попри те, що телебачення досі є домінуючим ЗМК, світові тенденції свідчать про поступову відмову молоді від ТБ на користь альтернативних джерел інформації, зокрема інтернету.

І хоча традиційне телемовлення має все ще міцні позиції, глядачі все частіше обирають свободу і гнучкі можливості керованого перегляду, не бажаючи погоджуватись із обмеженням свободи вибору та рамками сітки мовлення, зокрема розкладу телепередач.

Провідною тенденцією стає те, що інтернет і мобільний зв’язок привнесли нові прояви інтерактивності для традиційних ЗМІ і сучасний глядач вже не обмежується роллю пасивного споживача контенту. На сьогоднішній день споживач інформації активно включається в процес виробництва-доставки-споживання інформації і знань, отримавши технічні можливості обирати те, що його цікавить, оперативно реагувати на інформацію і бути включеним у маркетингові комунікації, електронну комерцію у процесі телеперегляду.

Таким чином, завдання, що були поставлені на початку роботи, виконані, мета дослідження досягнута.

Перспективними напрямками дослідження телевізійної інтерактивності можуть стати: інтернет-телебачення в контексті телевізійної інтерактивності, створення моделі функціонування сучасного інтерактивного телебачення, проблеми формування національного інтерактивного телебачення, медіадослідження телевізійних передач із елементами інтерактивності. Актуальною, на думку автора, залишається проблема вивчення конкретних механізмів формування взаємозв’язків у системі соціальної комунікації. Ці напрями лише означені у цій дисертаційній роботі, оскільки основна увага приділялась комплексному дослідженню теорії і практики телевізійної інтерактивності в Україні і світі в цілому. Адже телевізійна інтерактивність є складним явищем, що потребує всебічного дослідження.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

**Статті у фахових виданнях**

1. Полісученко А. Ю. Інтеграція новітніх ЗМІ та пошук нових форм спілкування / А. Ю. Полісученко, Ю. П. Єлісовенко // Теле- та радіожурналістика : збірник наукових праць / Львівський нац. ун. ім. Івана Франка. — Львів, 2011. — Вип. 10. — C. 160–162.

2. Полісученко А. Ю. Digital nomads: сутність, функції, перспективи у світі медіа / А. Ю. Полісученко, Ю. П. Єлісовенко // Наукові записки інституту журналістики. — К., 2011. — Т. 43. — C. 26–30.

3. Полісученко А. Ю. Реаліті-шоу: новий етап розвитку інтерактиву на українському телебаченні / А. Ю. Полісученко // Наукові записки інституту журналістики. — К., 2013. — Т. 49. — C. 46–61.

4. Полісученко А. Ю. Інтерактивність у телевізійній комерції: телемагазини / А. Ю. Полісученко // Держава та регіони, серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя, 2013. — C. 77–82.

5. Полісученко А. Ю. Інтерактивність у ранкових передачах українських телеканалів / А. Ю. Полісученко // Наукові записки інституту журналістики. — К., 2013. — Т. 51. — C. 91–95.

**Статті у зарубіжних виданнях**

6. Polisuchenko A. Social aspect of television interactivity / A. Polisuchenko // Intellectual. — Tbilisi, 2013. — P. 162–170.

**Статті у інших наукових виданнях:**

7. Полісученко А. Ю. Голосування телеглядачів як прояв телевізійної інтерактивності / А. Ю. Полісученко // Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського : Серія «Філологія. Соціальні комунікації». — Симферополь, 2013. — C. 37–41.

**Матеріали і тези конференцій**

8. Полисученко А. Ю. Цифровые кочевники - новое явление в журналистике / А. Ю. Полисученко // Материалы конференции «Журналистика в 2010 г. СМИ в публичной сфере». — Москва : МГУ, 2010. — C. 381–382.

9. Полісученко А. Ю. Інтерактив на телебаченні: аналіз практики та форми зв’язку з аудиторією / А. Ю. Полісученко // Українська журналістика в контексті світових інформаційних процесів : збірник наукових статей. — Київ, 2011. — C. 52–58.

10. Полисученко А. Ю. Уличное телевидение как форма телевизионной интерактивности // Сборник материалов VI Международной конференции, посвященной проблемам общественных наук. — Москва, 2013. — C. 53–56.

11. Полісученко А. Ю. Інтерактивність у ранкових телепередачах Нового каналу, 1+1, Інтера, ТРК Ера, Сіті, М1 / А. Ю. Полісученко // Матеріали конференції «Прикладні аспекти дослідження медійного контенту». — Київ, 2013. — C. 252–261.

12. Полісученко А. Ю. Телеворожіння як форма інтерактивності у телевізійній комерції / А.  Ю. Полісученко // Збірка матеріалів Міжнародної конференції «Наука і сучасність: виклики глобалізації». — К., 2013. — C. 167–171.

13. Полісученко А. Ю. Телевікторини як форма інтерактивності у телевізійній комерції: маніпулятивний аспект / А. Ю. Полісученко // Збірка матеріалів Міжнародної конференції «Формування сучасного вигляду науки». — Донецьк, 2013. — C. 129–133.

**Додатково, участь в упорядкуванні і редагуванні**

14. Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навч. програм для спец. «Журналістка», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики, Міжнар. фонд «Відродження» ; [упоряд. : Л. Є. Василик та ін. ; за заг. ред. В. Е. Шевченко]. Упорядник: Полісученко А. Ю. — Київ, 2012. — C. 281–289.

**АНОТАЦІЯ**

**Полісученко А. Ю. Інтерактивність у телевізійному мовленні України: теорія і практика.** – На правах рукопису.

Дисертація подана на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. – Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки України. – Київ, 2013.

Дисертація присвячена комплексному дослідженню телевізійної інтерактивності в Україні. Визначено її соціально-історичні та науково-теоретичні засади. Розглянуто практику використання інтерактивності на світовому та вітчизняному ТБ. Виявлено найбільш характерні тенденції використання інтерактивності в телевізійному мовленні України, її сприяння точнішому відображенню дійсності, розвиткові громадянського суспільства, його подальшій демократизації. Виокремлено сфери найактивнішого використання прийомів телевізійної інтерактивності на українському телебаченні. Вироблено рекомендації щодо застосування інтерактивності на телебаченні та для внесення доповнень у програми фахової підготовки майбутніх журналістів у виші. Рекомендовано ширше використання телевізійної інтерактивності у передачах не тільки розважального формату, а й соціального, особливу увагу приділити використанню у телепередачах на регіональних каналах ТБ.

**Ключові слова:** телебачення, інтернет, інтерактикність, мультимедіа, ЗМК, інтеграція, конвергенція, взаємодія, зворотний зв’язок, медіа.

**АННОТАЦИЯ**

**Полисученко А. Ю. Интерактивность в телевизионном вещании Украины: теория и практика.** – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.01 – теория и история социальных коммуникаций. – Институт журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, Министерство образования и науки Украины. – Киев, 2013.

В диссертации осуществлено комплексное исследование телевизионной интерактивности в Украине и мире, определены ее социально-исторические и научно-теоретические основы. Рассмотрена практика использования интерактивности на мировом и отечественном ТВ.

Ознакомление с современным мировым и отечественным опытом использования теоретической интерактивности, наблюдение за ним как извне, так и изнутри, непосредственное участие в нем диссертанта доказали, что при всей процессуальной подобности мировой и украинской практики использования интерактивности, на Западе она значительно опережает по объемам и качественным параметрам инновационных форматов.

Определено, что еще в начале исследования, в 2009 году, интерактивность на украинском телевидении была относительно новым и не очень распространенным явлением, а уже в 2013 году можно утверждать, что интерактивность стала неотъемлемой составляющей телевизионного вещания, без которого невозможно представить современное телевидение в Украине и мире. Несмотря на некоторые неблагоприятные и побочные эффекты (коммерциализация контента, падение морально-этического уровня программ, манипуляции со зрительскими голосованиями и т.д.), телевизионная интерактивность все же приносит намного больше пользы и удобства обществу, чем причиняет вреда. Она упрощает общение и вносит определенный комфорт в повседневную жизнь людей. Так, например, благодаря телевизионной интерактивности, пользователи могут получить дополнительные услуги: заказать товары и услуги, найти единомышленников, высказать свое мнение, сформировать круг друзей и т.д. Если вдруг убрать из эфира все признаки телевизионной интерактивности, современный зритель уже не будет чувствовать себя настолько комфортно. Скорее всего, он почувствует недостаток присутствия на ТВ обычных людей в реалити-шоу, возможности пообщаться с героями в ток-шоу и отдать свой голос любимым исполнителям в талант-шоу.

Конвергенционные процессы в сфере телевидения, интернета и телефонии, а также частичное объединение их сервисов, создают синергетический эффект, который делает возможным и доступным общение значительно более широкого круга людей, проявление мгновенных реакций, высказывание своих мыслей, отношений, оценок к определенным общественным идеям, явлениям, проблемам, а также телевизионной продукции: новостям, телепередачам, показам, телетрансляциям и т.д.

Как показывают рейтинги просмотров телевизионных программ, монологическое телевидение без использования интерактивности сдает свои позиции, зрительский интерес к нему практически утрачен. Разбалованный интернетом просьюмер XXI века уже не хочет, чтобы ему диктовали, навязывали или решали за него, что ему смотреть. Он хочет иметь возможность не только выбирать, но и принимать участие в создании телевизионного контента.

По этой причине в будущем телевидения роль интерактивности будет только возрастать. Современный тележурналист должен быть модератором между различными целевыми аудиториями: производителями телепродукта, его потребителями, гостями, экспертами, зрителями и т.д., ведь все они являются соавторами интерактивных телепередач.

Определены наиболее характерные тенденции использования интерактивности в телевизионном вещании Украины, ее способствование более точному отображению действительности, развитию гражданского общества, его дальнейшей демократизации. Выделены сферы самого активного использования приемов телевизионной интерактивности на украинском телевидении. Разработаны рекомендации касательно применения интерактивности на телевидении и для внесения дополнений в программы специализированной подготовки будущих журналистов в высших учебных заведениях. Рекомендовано широкое использование телевизионной интерактивности в передачах не только развлекательного формата, но и социального, особое внимание уделить использованию ее в телепередачах на региональных телеканалах.

**Ключевые слова:** телевидение, интернет, интерактивность, мультимедиа, вещание, СМК, интеграция, конвергенция, взаимодействие, обратная связь, медиа.

**ANNOTATION**

**Polisuchenko A. Y. Interctivity in Television Broadcasting in Ukraine: Theory and Practice.** – Manuscript.

Thesis submitted for the scientific degree of candidate of science of social communication by the specialty 27.00.01 – theory and history of social communications. – Institute of Journalism Kiev National Taras Shevchenko University, Ministry of education and science of Ukraine. – Kyiv, 2013.

The thesis is devoted to a comprehensive investigation of television interactivity in Ukraine. Its socio-historical, scientific and theoretical bases are determined. The practical use of interactivity in global and national TV is considered. We have detected the most characteristic trends in the use of interactive television broadcasting in Ukraine, its role in a more precise reflection of reality, the development of civil society and its further democratization. The author has determined the scope of the most active use of TV interactivity in Ukrainian television. Recommendations on the use of interactive television and for making amendments to the curricula of professional training of future journalists at universities. Broader use of interactive television is recommended in programs not only of entertainment format, but also social, special attention being paid to the use of television programs on regional TV channels.

**Key words:** television, internet, interactivity, multimedia, broadcasting, media, integration, convergence, collaboration, feedback.

1.  [↑](#footnote-ref-1)
2.  [↑](#footnote-ref-2)