

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Дугчак А.А.

аспірант,

Науковий керівник: Сніцарчук Л.В.

доктор наук із соціальних комунікацій, професор,

Українська академія друкарства

КЛЮЧОВІ ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕКАНАЛІВ В УКРАЇНІ

Чимало публіцистів відзначають 2013 рік як ключовий в історії розвитку вітчизняного інтернет-телебачення. Зокрема, саме в цей рік розпочали свою діяльність одразу чотири телевізійні проекти, розраховані виключно на Інтернет: Hromadske.tv, GromTV, «Спільнобачення» й «Еспресо-ТВ». Розглянемо основні тенденції у сфері вітчизняного телебачення, які каталізували процес виникнення та розвитку цих проектів.

15 вересня 2011 року в Києві відбулась конференція «Телебачення як бізнес». За результатами виступів та дискусій учасники визначили кілька ключових тенденцій, притаманних українському ринку телебачення протягом останніх років. В перелік найбільш виразних потрапили такі: перенасиченість у виробництві, посилення конкуренції всередині редакцій між різними відділами, активація поняття «телевізійний бренд» та інтеграція з Інтернетом [1].

У свою чергу журналістка видання «Новое Время» Галина Корба у публікації «ТБ втрачає молоду аудиторію й орієнтується на пенсіонерів» опитала кількох медійних аналітиків щодо тенденцій на ринку вітчизняного телебачення. Загалом, аналітики відзначили такі процеси: зростання проникнення Інтернету і падіння проникнення телебачення (особливо серед молоді), падіння доходів від реклами (зокрема і через девальвацію гривні), поєднання телебачення та Інтернету [2].

Ще одну важливу тенденцію відзначила кандидат політичних наук і директор Інституту журналістики і міжнародних відносин Інна Костира у власній публікації «Медіатизація політики та політизація ЗМІ як тенденції політичного процесу в Україні». Зокрема, Інна Олександрівна зазначає, що «для українських ЗМІ характерна висока ступінь політизації, особливо з 2005 року. З іншого боку, орієнтовно з 2010 року відзначається високий ступінь медіатизації самої політики» [3, с. 109-118]. На думку авторки, «для великих компаній володіння пакетами акцій великих медіа-концернів стало найважливішим засобом відстоювання власних інтересів (як у політиці, так і в бізнесі) і впливу на суспільну свідомість. Аналіз вітчизняного політичного процесу дозволяє зробити висновок про те, що всі значущі фінансово-промислові та політичні угруповання здійснювали просування своїх політичних

і економічних інтересів шляхом впливу на смисловий простір ЗМІ, беручи участь у формуванні великих медіа-холдингів» [1].

Тенденції політизації медіа та використання ЗМІ як інструменту політичної чи економічної боротьби для великих компаній призвели до виникнення державної та приватної цензури. Для прикладу, у звіті «Свобода слова в Україні-2012» (автори: рух «Стоп цензурі!», Інститут масової інформації, Незалежна медіа-профспілка України, «Телекритика», Інститут медіа права, «Інтерньюз-Україна», за підтримки міжнародної правозахисної організації «Репортери без кордонів») зазначено, що «у 2012 році в Україні зафіксовано рекордну кількість порушень прав журналістів за останні 10 років» [4]. Також, автори вказали на випадки політичної цензури зі сторони центральних органів влади. «В українських ЗМІ зафіксовано факт прямої політичної цензури, пов'язаної з іменем президента. 26 жовтня 2012 року шестеро редакторів приватного інформгентства УНІАН виступили з відкритою заявою, у якій подали докази того, що їхнє керівництво заборонило будь-яке згадування імені президента в негативному чи критичному контексті» [4], – йдеться у звіті.

Згодом, представниця міжнародної правозахисної організації «Репортери без кордонів» Оксана Романюк відзначила подальше зростання рівня політичної цензури. «Цензура зросла з початку року на 30%... Кількість побиття журналістів в цьому році зросло у два з половиною рази... А протягом 3-х місяців передвиборчої кампанії було зафіксовано більше 150 перешкоджань роботі журналістів», – повідомила пані Оксана під час засідання прес-клубу в Києві [6].

Відштовхуючись від поданого вище матеріалу щодо тенденцій пропонуємо три виражені чинники, які каталізували виникнення та подальший розвиток інтернет-телебачення в Україні.

1) Прояви державної та приватної цензури на центральних телеканалах, тиск на працівників. Перспективні та високооплачувані робочі місця на центральних телеканалах вимагали від журналістів та редакторів слідувати не тільки визначеній інформаційній політиці каналу, але й, подекуди, діяти за прямим вказівками чи інструкціями від органів влади чи керівництва. Принципові працівники мовчки чи з публічними скандалами переходили з «керованих» телеканалів на більш лояльні. Таким чином, наприкінці 2012 року, чимала група критично налаштованих до подібних проявів «контролю» журналістів зосередились в штаті телеканалу ТВі. Проте, чергові спроби вплинути на цей опозиційний до тодішньої влади канал призвели до страйку, а потім і масового звільнення згаданих журналістів [5], які, згодом стали основою для перших новоспечених інтернет-телеканалів.

2) Фактична відсутність суспільного телебачення в державі. Розмови про необхідність створення в Україні такого публічного інституту ведуться ще з часів здобуття незалежності. Перший Закон «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» було прийнято в 1997 році, проте, він не дав жодного результату. У 2010 році Уряд затвердив Концепцію створення і діяльності Національної громадської телерадіокомпанії України. Через брак політичної волі концепція залишалась виключно на папері аж до 2014 року.

В період з 2010 по 2014 роки тема суспільного телебачення перебувала в площині активного обговорення. Багато ідей та проектів, які, згодом, знайшли своє втілення в редакціях нових інтернет-телеканалів, з'явилися саме під час таких обговорень та дискусій.

3) Інтернетифікація телевізійних «мереж». Журналіст Віталій Шкіль у своїй статті під назвою «Evolution of television: які зміни чекають на українське ТБ» для журналу Forbes.ua писав, що «Зовсім нещодавно всі прагнули підключити собі кабельне телебачення, для нас це було товаром першої необхідності» [7]. У світлі еволюції потреб автор зазначає, що «Після телебачення новим товаром першої необхідності став інтернет. І, якщо ви подивитесь на будь-яку рекламу інтернет-провайдера, то побачите: «Підключай наш інтернет і отримуй 150 телеканалів» [5]. Спірне питання: чи телебачення прийшло в Інтернет, чи це Інтернет прийшов в телебачення. Проте, безумовно, сьогодні ці дві технології поєднані і саме явище інтернет-телеканалів є результатом цього симбіозу.

Супутнім фактором, який повністю визначає рівень інтернетифікації телевізійних мереж, є рівень проникності Інтернету та кількості користувачів. За даними Інтернет Асоціації України, станом на початок 2017 року, в нашій державі Інтернетом користуються 21,6 млн користувачів. Проникнення Інтернету складає 64,8% [8].

Список використаних джерел:

1. Веремчук Т. Телебізнес по-українськи: погляд зсередини [Електронний ресурс] / Тетяна Веремчук // Телебачення як Бізнес. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://tvbusinessconference.com/news/telebiznes-po-ukrayinsky-pohlyad-zseredyny/>.
2. Корба Г. ТБ втрачає молоду аудиторію й орієнтується на пенсіонерів [Електронний ресурс] / Галина Корба // Новое Время. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://nv.ua/ukr/publications/tb-vtrachaje-molodu-auditoriju-i-bere-orijentatsiju-na-pensioneriv-88674.html>.
3. Костиця І. Медіатизація політики та політизація ЗМІ як тенденції політичного процесу в Україні / Інна Костиця. // Політичний менеджмент. – 2013. – № 1. – С. 109-118.
4. Незалежна медіа-профспілка України, Підсумки: свобода слова в Україні у 2012 році [Електронний ресурс] // Незалежна медіа-профспілка України. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://nmpu.org.ua/2012/12/pidsumky-svoboda-slova-u-2012-rotsi/>.
5. Телекритика, Журналісти ТВі вирішили піти з каналу (ЗАЯВА) [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://ru.telekritika.ua/profesija/2013-04-29/81305>.
6. Черниш І. Цензура в Українських ЗМІ зросла на 30% – експерт [Електронний ресурс] / Ірина Черниш // Українські національні новини. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.unn.com.ua/uk/news/1033273-tsenzura-v-ukrayinskih-zmi-zrosla-na-30proc---ekspert>.
7. Шкіль В. Evolution of television: які зміни чекають на українське ТБ [Електронний ресурс] / Віталій Шкіль // Forbes Україна. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://forbes.net.ua/ua/selfeducation/reports/1402763-evolution-of-television-yaki-zmini-chekayut-na-ukrayinske-tb>.
8. Semantrum, В Україні на початок 2017 року нараховано 21,6 млн користувачів інтернету [Електронний ресурс] // Semantrum. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://promo.semantrum.net/uk/2017/04/21/v-ukrayini-na-pochatok-2017-roku-narahovano-21-6-mln-koristuvachiv-internetu/>.