

УДК: 070:621.397+004.738.5

## ПЕРЕДУМОВИ ТА ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ОНЛАЙН-ТЕЛЕБАЧЕННЯ В УКРАЇНІ

А. А. Дутчак

*Українська академія друкарства,  
бул. Під Голоском, 19, Львів, 79020, Україна*

*Сформовано хронологічну послідовність розвитку класичного телебачення та інтернет-телебачення в Україні. Визначено ключові моменти появи, причини створення та специфіку діяльності телебачення у вітчизняному сегменті мережі Інтернет. Подано опис створення та діяльності кількох ключових гравців на вітчизняному ринку інтернет-телебачення.*

**Ключові слова:** *інтернет, телебачення, масова комунікація, засоби масової комунікації, інтернет-аудиторія, телевізійна журналістика, телевізійна редакція*

**Постановка проблеми.** В цифрову епоху процес розвитку каналів комунікації отримав небувале прискорення. Нові медіа трансформуються і змінюють формат ледь не кожного року: вчорашні друковані ЗМІ сьогодні просувають власні публікації через рекламні мережі пошукової системи «Google», а місцеві радіостанції можна слухати в будь-якому населеному пункті, де є Інтернет. Відповідних трансформацій зазнає і класичне телебачення. Редакції каналів починають використовувати сервіси на зразок «Youtube», просувають власні продукти через мережі Smart TV, організовують трансляції ефірів засобами Інтернету. Також, ймовірно, що поточний стрімкий прогрес медіа не зупиниться, а продовжить свій розвиток шляхом залучення нових інструментів комунікації.

Створення нових інструментів передбачає зміни у процесі навчання молодих журналістів та редакторів, а подекуди і запровадження нових курсів та дисциплін. Тексти друкованих видань відрізняються від текстів онлайн-ЗМІ. Різним є підхід до творення традиційного телебачення та телебачення в мережі Інтернет. Щоб зрозуміти цей підхід — потрібно зрозуміти яким чином традиційні медіа перетворюються на онлайн-медіа, яким є історичний поступ цього процесу.

Сьогодні чимало науковців досліджують чи досліджували питання впливу Інтернету на розвиток сучасних медіа. А втім, відкритими залишають проблеми впливу та трансформації галузевих медіа: друкованих видань, радіо, телебачення. Останнє є найменш вивченим з погляду історії формування у вітчизняних засобах масової інформації. Відповідно, залишається помітна прогалина у системі навчання нових журналістів та редакторів частина яких працюватиме в редакціях нових медіа з використанням інструментів онлайн-телебачення.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Історію розвитку традиційно-го телебачення та телебачення в мережі Інтернет досліджували такі вітчизняні

науковці: З. Альфорова, О. Гоян, В. Бабенко, І. Мащенко, Ю. Омеляненко, С. Абрамов, І. Самотець та інші. Про історію телебачення загалом писали такі іноземні науковці: Р. Крейг, К. Кавамото, А. Стюарт, Б. Фунг, Л. Осур.

Якщо звернути увагу на конкретні роботи, цікавою є публікація Вікторії Бабенко «Інформаційний перехід телебачення на нові платформи мовлення: український досвід» [9, 117–123]. Авторка, зокрема, визначає ключову роль Революції гідності в процесі розвитку вітчизняних онлайн-телеканалів: «Відеоконтент як невід’ємна частина інтернету дав змогу виробляти власний мережевий продукт традиційним медіям, великим компаніям, дрібним студіям, блогерам. На хвилі соціального протесту 2013 року стартували суспільно-політичні веб-проекти — «Grom TV», «Spilno.tv», «UkrStream.tv», «Еспресо TV», «112», «Аронецьlive», інтернет-версія «Радіо Свобода» тощо, які за допомогою потокового відео організували прямі трансляції з епіцентру резонансних подій» [9, 120]. Вікторія Бабенко зазначає, що «Революція гідності спонукала традиційні ЗМІ зробити крок до інтернету, розпочинаючи онлайн-трансляції масових подій та акцій для своїх сайтів» [9, 120].

У іншій публікації «Інтернет-телебачення: принципи, норми та засади розвитку нового виду ЗМІ в Україні» [8, 95–99] авторка Іванна Самотей визначає спрямованість вітчизняних телеканалів на технології Мережі. «Майже всі українські телеканали транслюються в режимі онлайн: як загальнонаціональні, так і регіональні. Розвиток бездротового Інтернету та програм передачі даних надав можливість переглядати відеоматеріали в різних життєвих ситуаціях: чи то в заторі, чи то в офісі, на роботі» [8, 96].

З точки зору загальної історії українського телебачення цікавий розподіл на періоди подає професор В. Лизанчук. На думку Василя Васильовича, є три етапи розбудови українського телебачення вже у незалежній державі [6]:

1. Децентралізація телевізійної системи України (1991–1994 рр.), пов’язана з виникненням недержавних ТРК.
2. Становлення недержавного телебачення і формування нової пропагандистської системи (1994–1998 рр.).
3. Активізація політичних капіталів у боротьбі за глядача (1998–2009 рр.) — у цей період завершується структуризація ринку інформаційних послуг громадськості, стають відомі власники телеканалів, глядачі знають, якого саме спрямування інформацію одержать на тому чи іншому каналі.

Публікація Браяна Фунга для «The Washington Post» під назвою «This is the end of Hulu as we know it» [24] проводить символічний зріз в історії телебачення між тим, що було в епоху безкоштовних трансляцій і періодом «платного контенту». Браян зазначає, що один із найпопулярніших в Північній Америці безкоштовних сервісів онлайн-трансляції Hulu з 2008 року дотримувався політики відсутності оплати за власні послуги і заробляв виключно на рекламі. Проте, з 2016 року Hulu переходить на модель помісячної оплати (так працює інший популярний сервіс Netflix) і, на думку автора, цей крок є «... завершенням цілої епохи в онлайн-телебаченні». Наразі Hulu не працює в Україні (на відміну від Netflix), але проблема поступового переходу на платний контент в Мережі є актуальною і для нашої держави.

У магістерській роботі [23] дослідниці Сіракузького університету Лаури Осур щодо ролі сервісу Netflix в розвитку онлайн-телебачення проведено цікаву градацію ключових моментів. Зокрема, на думку Лаури, в 50-х роках минулого століття телеканал NBC поставив планку рівня для роботи медіа-корпорацій (broadcast networks). В 90-х роках телеканал НВО став прикладом кабельного телебачення. А в 2000 роках саме Netflix визначив формат інтернет-телебачення в США та Північній Америці. Авторка пише, що саме Netflix зі своїм набором технологій, практик персоналізації контенту та глобальним мислення визначив «золоті стандарти» процесу розвитку успішного мережевого інтернет-телеканалу.

Чимало науковців цікавить тема історії телебачення, але не всі з них продовжують свої пошуки до галузевих розділів, як ось історія саме телебачення в мережі Інтернет. Зважаючи на роботи з цієї тематики, можна спробувати систематизувати виклад і описати шлях, яким пройшла вітчизняна телевізійна індустрія від традиційної роботи до роботи в мережі Інтернет.

**Мета статті** — визначити причини виникнення інтернет-телебачення в Україні та систематизація історії розвитку телебачення у вітчизняному секторі мережі Інтернет для подальшого викладу в межах навчального процесу чи самоосвіти.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Щоб детально розкрити історію українського інтернет-телебачення необхідно розглянути етапи створення традиційного телебачення, як прямого нащадка. В розділі «Історія» Офіційного порталу Державного комітету телебачення і радіомовлення України написано [5], що шлях вітчизняного телебачення розпочався 5 листопада 1951 року. Саме тоді відбулась перша пробна експлуатація Київського телецентру і цей день започатковує українське телебачення. Зважаючи на публікацію, весь період можна умовно поділити на: «радянський» (1951–1991 рр.) та «період незалежності» (з 1991 року до сьогодні).

«Період незалежності», у свою чергу, за трактуванням професора В. Лизанчука, також варто розділити на три відрізки: децентралізація телевізійної системи (1991–1994 рр.), становлення недержавного телебачення і формування нової пропагандистської системи (1994–1998 рр.) та активізація політичних капіталів у боротьбі за глядача (1998–2009 рр.) [6]. В межах цього дослідження сформовано гіпотетичний четвертий період, під час якого і відбулось сучасне становлення та розвиток інтернет-телеканалів. Назвемо цей період «періодом цифрового телебачення». Початком якого можна вважати 2009 рік, хоча деякі процеси в напрямку виникнення онлайн-телебачення розпочались раніше. А втім, для зручності періодизації вважатимемо його початком саме 2009 рік.

Варто зауважити, що історію розвитку вітчизняного інтернет-телебачення необхідно розглядати в двох площинах: площина взаємодії традиційних ЗМІ з мережею Інтернет (тут мова йде про перехід традиційних ЗМІ в Мережу, про їх взаємодію з мережею) та площина розвитку сервісів трансляцій телебачення та відеоконтенту в мережі Інтернет (Youtube, Vimeo, Smart TV, пірингові телемережі). Так як ми вже описали періодизацію історії традиційного телебачення, продовжимо опис щодо першої площини.

Якщо дату заснування вітчизняно ТБ чітко визначено, то з онлайн-телебаченням не все так просто. Для прикладу, на сайті Державного комітету телебачення і радіомовлення зроблено акцент на моменті переходу вітчизняних телемереж з аналогового на цифрове мовлення. «З винаходом Інтернету з'явилося й активно розвивається Інтернет-телебачення. Згідно з угодою, підписаною у Женеві 2006 р., до 2015 року українське телебачення має перейти на винятково цифрове мовлення» [5].

Багато науковців та публіцистів відзначають 2013 рік як ключовий в історії розвитку вітчизняного інтернет-телебачення. Саме у цей рік розпочали свою діяльність одразу чотири телевізійні проекти, розраховані виключно на Інтернет: Hromadske.tv, GromTV, «Спільнобачення» й «Еспресо-ТВ». «Головною причиною популярності подібних проектів стало загострення політичної ситуації в країні. А «вміститися» в скромні бюджети їм допомогли платформи безкоштовної трансляції» [19], — зазначає журналіст Павло Мандрик у публікації для журналу Forbes.ua.

Якщо продовжити пошук «дати відліку», то відзначимо, що деякі українські традиційні телеканали транслювали свій ефір через засоби мережі Інтернет ще задовго до 2013 чи 2015 років. Для прикладу, телеканал UA:Перший розпочав інтернет-мовлення у 2008 році [25]. У науковій публікації 2009 року «Інтернет-варіант українського телебачення: формат подачі контенту» Максим Соловійов вказує, що «За наведеною типологією форматів мовлення і на основі проведених спостережень наводимо такі дані: мовлення без обмежень (он-лайн режим) пропонують телевізійні канали «24 (Телеканал новин)», «5 канал», «Всесвітня служба «УТР», «Інтер», «К1», «Перший Національний», «Перший Діловий», «НТН», «СІП», «Київська Русь», «Рада», «Український бізнес канал (УВС)» — всього дванадцять» [7]. Проте, зауважимо, що перелічені ефіри в Мережі не були класичним інтернет-телебаченням, а просто ретранслювали традиційний контент. Відповідно, їх можна вважати «інтернет-телебаченням» тільки дуже поверхнево.

Що ж до переходу на цифрове мовлення в Україні до 2015 року, то тут справи далеко на ідеальні. Журналістка газети «День» Анна Свентах у статті під назвою «10 мільйонів, 9 років — де результат?» констатує, що за 9 років, які були виділені нашій державі згідно підписаної угоди «Женева-2006», впровадження цифрового мовлення завершилось на стадії проектів цифрових мультимедіумів виключно на папері [3]. Причиною невдачі експерти назвали скорочення бюджетних видатків на реформу та відсутність політичної волі на центральному рівні.

Підсумовуючи пошуки дати відліку зауважимо, що згаданий вище 2013 рік, під час якого розпочали свою діяльність проекти Hromadske.tv, GromTV, «Спільнобачення» та «Еспресо-ТВ», пропонуємо вважати ключовим в історії розвитку вітчизняного інтернет-телебачення. Для розуміння подальших процесів варто описати причини, які склали оптимальну ситуацію для появи перших телевізійних проектів у Мережі та спровокували їх виникнення саме в 2013 році. Розглянемо тенденції вітчизняного телепростору у 2010–2014 роках.

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 найвиразніших потрапили такі: перенасиченість у виробництві, посилення конкуренції всередині редакцій між різними відділами, активація поняття «телевізійний бренд» та інтеграція з Інтернетом [15].

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 [14].

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». Інна Олександрівна зазначає, що «для українських ЗМІ характерний високий ступінь політизації, особливо з 2005 року. З іншого боку, орієнтовно з 2010 року відзначається високий ступінь медіатизації самої політики» [11, 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» [11, 109–118].

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» [12]. 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» [12].

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 [18].



Відштовхуючись від поданого вище матеріалу щодо тенденцій та з власного досвіду сформовано 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 зосередилась 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 [4], які, згодом стали основою для перших 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 втілено у 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» [22]. У світлі еволюції потреб автор зазначає, що «Після телебачення новим товаром першої необхідності став інтернет. І якщо ви подивитеся на будь-яку рекламу інтернет-провайдера, то побачите: «Підключай наш інтернет і отримуй 150 телеканалів» [4]. Суперечливе питання: чи телебачення прийшло в Інтернет, чи це Інтернет прийшов у телебачення. Сьогодні ці дві технології поєднані, а явище інтернет-телеканалів є результатом цього симбіозу.

Під впливом описаних тенденцій у 2012–2014 роках на території України виникли кілька перших телеканалів, які з початку у ефірному мовленні орієнтувались виключно на мережу Інтернет. Найбільш помітними з них є Hromadske.tv, «Спільнобачення», «Еспресо-ТВ» та проекти Романа Скрипіна і Данила Яневського (після завершення співпраці між Скрипіним та Hromadske.tv). Розглянемо детальніше кожен з цих проектів.

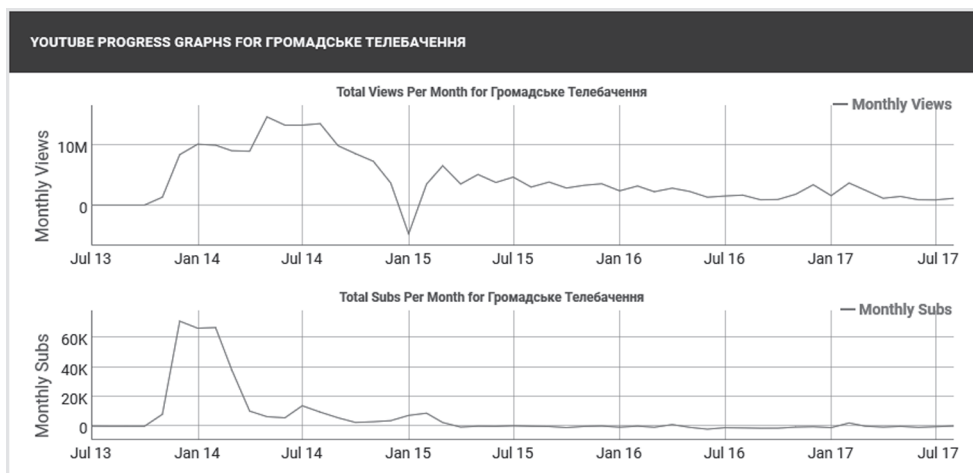
Hromadske.tv виникло в ситуації, коли ідеї щодо реалізації були на поверхні і залишається лише знайти людину, яка збере усі ці ідеї та втілить їх. Для одного з найвідоміших інтернет-телеканалів України такою людиною став журналіст

та громадський діяч Роман Скрипін. З моральною підтримкою та настановами Маркіяна Іващишина (голова постійної комісії культури, дозвілля, ЗМІ, промоції та туризму Львівської міської ради у 2013 році) і Євгена Глібовицького (експерт зі стратегій розвитку) на початку 2013 року Скрипін почав збирати однодумців. Значну роль у формуванні майбутньої команди зіграла масова відставка журналістів телеканалу ТВі які, через зміну інформаційної політики [4], перейшли до команди Hromadske.tv.

Телеканал вперше з'явився в ефірі 22 листопада 2013 року. Практично всі теми першого дня були присвячені рішенням Кабінету Міністрів України про призупинення підготовки до підписання угоди про асоціацію з ЄС та початку акцій Євромайдану [2]. Саме ці події дали основний поштовх до росту кількості глядачів телеканалу. Hromadske.tv стало одним з найважливіших джерел інформації про події Євромайдану. 1 грудня прякий ефір каналу дивилось близько 100 тис. глядачів [1].

Фінансова політика проекту Hromadske.tv базується на незалежності від умовних власників. Усі кошти на розвиток каналу та роботу команди проект отримує від глядачів через краудфандинг та від некомерційних донорів (на зразок Фонду «Відродження» чи програм посольства США в Україні). Фінансові звіти щодо залучених коштів та витрат команда публікує на офіційному сайті [17]. Зауважимо, що, згідно з цими звітами (для прикладу, звіту за 3 квартал 2016 року), основну частину коштів Hromadske.tv продовжує отримувати від донорських організацій в той час, коли частка отриманих фінансів від глядачів залишається не значною (близько 0.28 % від загальної суми отриманих коштів).

Загальну динаміку розвитку проекту Hromadske.tv можна оцінити за кількісними показниками роботи офіційного Youtube каналу [26]:



Графік демонструє різке зростання кількості підписників та переглядів в період Революції Гідності та перших місяців війни на Сході України. Згодом загальний курс динаміки поступово зменшується до середніх показників у 322000 підписників загалом та 40000 переглядів за день (близько мільйона переглядів за місяць).

Проект «Спільнобачення» вперше з'явився на українській медійній сцені в 2013 році. Історія творення «Спільнобачення» в багатьох аспектах схожа до історії Hromadske.tv, що тільки підкреслює факт очікуваності та зрілості ідеї загальнодержавного суспільного телеканалу. Серед засновників проекту були громадські активісти (Едік Курганський, Богдан Пухняк), політологи (Богдана Бабич, Олександр Кажурін), підприємці (Ліна Клебанова), журналісти, блогери [16]. Їх усіх об'єднувала активна громадська позиція і бажання щось змінити у вітчизняному медійному та політичному просторі.

Ініціатори «Спільнобачення» зазначають, що необхідність в подібному проекті диктують кілька основних чинників:

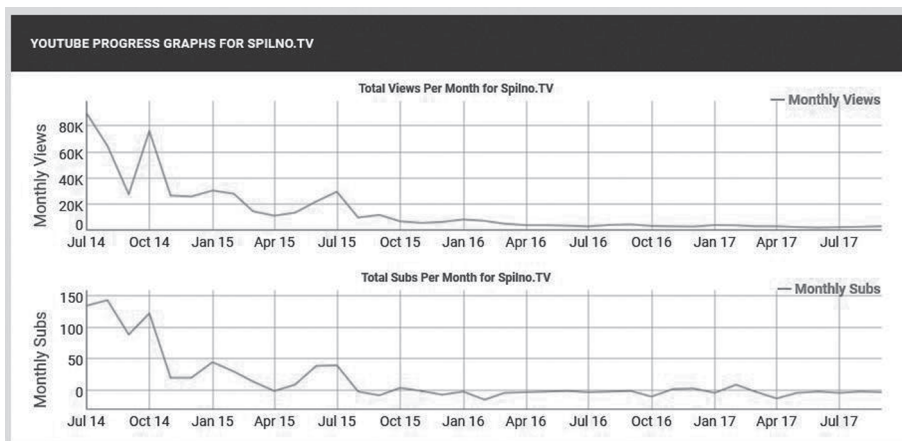
- Відсутність можливості доносити до широкої аудиторії будь-яку важливу ідею чи інформацію через те, що «практично усі більш-менш значущі українські ТБ-канали належать 4–6 олігархічним групам» [16].
- Де-інтелектуалізація традиційного телебачення і перенаштування основних джерел отримання інформації «думаючої частини суспільства» на Інтернет.
- Ріст української аудиторії в мережі Інтернет та загальне покращення інтернет-зв'язку в Україні.
- Відсутність справжнього громадського мовлення в Україні не зважаючи на всі декларації та концепції, оголошені раніше.

Перші кілька місяців проект діяв швидке як «клуб за інтересами», аніж як ЗМІ. Ідея «Спільнобачення» збирала довкола себе небайдужих громадян для дискусій та мозкових штурмів на різні важливі соціально-політичні теми. Такі зібрання мали два формати: «Прес-клуб» і «Клуб чаювальників». Перший формат передбачав вузько дискусійний рівень із запрошеними експертами, яку транслювали в прямому ефірі. Другий формат був доступним для усіх охочих поділитись своїми думками.

Безпосередня переорієнтація «Спільнобачення» з дискусійного майданчику на ЗМІ відбулась у перший місяць Революції Гідності. Як і Hromadske.tv, учасники та волонтери «Спільнобачення» організовували прямі трансляції з Майдану Незалежності. За перший тиждень роботи проекту їхній канал на сервісі Ustream переглянули 100 тисяч глядачів, а наприкінці 2013 року ця цифра досягла позначки в 15 млн (автори документу «Трохи про Спільнобачення» не зазначають що саме вони розуміють під фразою «нас переглянуло N глядачів», але, найімовірніше, тут мова йде про загальну кількість переглядів, а не про кількість глядачів чи унікальні перегляди). Поруч з трансляціями, команда «Спільнобачення» силами волонтерів організувала переклад новин про події на Майдані для іноземної аудиторії.

У травні 2014 року ініціативна група «Спільнобачення» розділилась на окремі проекти: Спільнобачення і Spilno.TV. Перший проект в тій чи іншій мірі проявляє активність до 2016 року. Другий проект станом на сьогодні (жовтень 2017 року) залишається активним. В межах його діяльності журналісти висвітлювали перебіг окупації АР Крим та початок війни на сході України. У своїй роботі Spilno.TV використовує не тільки сервіс Ustream, але і Youtube. Завдяки цьому ми маємо змогу переглянути активність аудиторії каналу [27]:





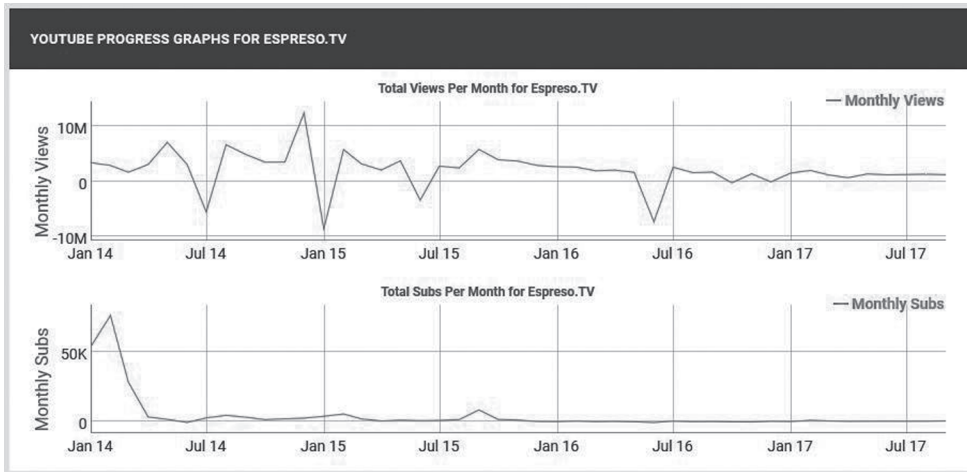
Як бачимо, як і у випадку з Hromadske.tv, максимальну кількість аудиторії проект отримав на старті завдяки висвітленню важливих подій, таких як окупація АР Крим, початок війни, перші вибори Президента після Революції Гідності, Іловайська трагедія. «Новини-TV» Проте, з часом, активність аудиторії падає і зараз перебуває на позначці 110 переглядів за день. Історія створення «Еспресо-TV» має одну суттєву відмінність від двох попередніх проектів: згаданий канал одразу був орієнтований на класичну модель. Проте, через низку обставин (серед яких і опозиційність засновників до тодішньої влади, і візуальна схожість початкового бренду з брендом ТРК «Україна») на початку своєї роботи редакція обрала Інтернет як основний канал передачі інформації.

Проект «Еспресо-TV» розпочав свою діяльність восени 2013 року, на початку подій Революції Гідності. На старті канал мав назву «Новини-TV» [10]. А втім, бренд довелося змінити через його візуальну схожість з проектом від ТРК «Україна».

Успіхи каналів Hromadske.tv та «Спільнобачення» стали ще одним фактором, який, поруч з проблемами при отриманні ліцензії, спонукав редакцію «Еспресо-TV» до орієнтації на мовлення в мережі Інтернет. Журналісти каналу вели прямі трансляції з подій на Майдані через сервіс Youtube. Через деякий час проект розширився завдяки власного інтернет-порталу з адресою [espresso.tv](http://espresso.tv). На порталі, поруч зі звичними інформаційними повідомленнями, відбувалась ретрансляція офіційного каналу через вставлений `iframe`. А через рік після старту проект все таки отримав ліцензію на цифрове ефірне мовлення і, по суті, став класичним телеканалом. Зауважимо, що у 2017 році відбувся перерозподіл активів каналу, після якого серед співвласників з'явився колишній прем'єр-міністр України Арсеній Яценюк та дружина чинного керівника МВС України Інна Авакова [20].

Загалом історія телеканалу «Еспресо-TV» більше схожа до історії російського проекту «Дощ», аніж до історій каналів Hromadske.tv та «Спільнобачення». «Еспресо-TV» довелося деякий час бути «інтернет-телеканалом» через проблеми з доступом до цифрової ефірної мережі та через тренд, який не варто було ігнорувати. Сьогодні канал позиціонує себе як «Інтернет-портал та телевізійний канал». Зауважимо, що редакція «Еспресо-TV» продовжує використовувати сервіс

Youtube, як один із каналів комунікації зі своєю аудиторією. На офіційному акаунті каналу [21] викладають записи програм, новинних сюжетів, ведуть прямі ефіри. А втім, загальна статистика каналу «Еспресо-ТВ» на сервісі Youtube відрізняється від статистики каналів Hromadske.tv та «Спільнобачення»:



Динаміка зміни кількості нових підписаних користувачів за місяць схожа з динамікою попередньо описаних проектів: бачимо стрімкий ріст на початку і подальше «згасання» до середнього значення 200 підписників на місяць. Натомість, динаміка кількості переглядів за місяць не схожа з динамікою у Hromadske.tv та «Спільнобачення»: різкі спади та зростання показників поступово переходять в середнє значення, яке не надто відрізнялось від стартової позиції. Сьогодні «Еспресо-ТВ» отримує близько 1300000 переглядів за місяць.

Наприкінці розглянемо проекти Романа Скрипіна і Данила Яневського, які виникли після завершення співпраці між Скрипіним та Hromadske.tv: skgrupin.ua та UMN. Перший проект — це авторсько-аналітичний канал на сервісі Youtube. Основна ідея каналу: провадити дискусії довкола важливих питань разом із запрошеними учасниками та аудиторією мережі Інтернет в тій чи іншій формі, яку придумують самі автори. Серед авторів: Богдан Процишин, Олег Барна, Ірма Крат, Бачо Корчілава, Данило Яневський, Роман Скриптів та інші. Ще на початку створення skgrupin.ua Роман Андрійович заявив, що: «це не є класичний телеканал і не буде ніколи ним... всякі закидони про те, що це — не журналістика, це — відсутність стандартів, не приймається, тому що стандартів не має бути. Це — авторський проект. Ми будемо часом матюкатися навіть» [13].

UMN, або «Ukrainian Media Network», — це «глобальна інформаційна мережа для українців усього світу». Принаймні так позиціонують її Роман Скрипін і Данило Яневський. По суті, це серія авторських передач, випуски яких викладають на окремому Youtube-каналі і ведучими/авторами яких є виключно Скрипін та Яневський.

Обидва проекти розпочато у 2016 році. Наразі єдиним каналом поширення відео у цих проектах є відповідні акаунти на сервісі Youtube. Ми не будемо подавати

статистику показників цих екаунтів за весь період їхньої діяльності, так як цей період надто малий для об'єктивної характеристики. Зазначимо, що станом на осінь 2017 року, середня кількість нових підписників для проекту skypin.ua становить 1300 користувачів за місяць. Цей же ж показник для каналу UMN досягає значення у 2600 нових користувачів за місяць.

Зауважимо, що описані канали далеко не вичерпують весь перелік вітчизняних проектів, які можна назвати «інтернет-телеканалами», особливо в регіональній площині. Лише у Львові діють такі цікаві медіа як «Твоє місто», «Полтва ТБ», радіо «Сковорода».

Відкритим залишається питання подальшої трансформації самого явища «інтернет-телебачення» в Україні. Згадані проекти, з часом, можуть відійти від новаторської моделі і перевести свою діяльність в площину класичного телебачення (як, по суті, діє редакція «Еспресо-ТВ»). А, можливо, традиційне телебачення навпаки наповнюватиме свою роботу новаторськими методами і з часом зітре межі між термінами «класичного» та «інтернет» телебачення. У будь-якому випадку, розпочаті в 2013 році перші проекти телебачення в мережі Інтернет зробили вже чималий вклад у розвиток вітчизняного медіапростору.

**Висновки.** Українське телебачення на всьому шляху свого розвитку зазнало чимало трансформацій. Починаючи з перших прямих ефірів Київського телецентру, через аналогові мережі, ретранслятори та супутникове мовлення телевізійна картинка врешті дісталась Інтернету. Інтернетифікація вітчизняного телебачення стала логічним етапом у світлі еволюції світових медіа загалом. Проте вітчизняний телепростір мав кілька властивих саме йому причин, які спонукали редакції телеканалів до пошуку своєї аудиторії серед користувачів Мережі. До цих причин належать:

1. Прояви державної та приватної цензури на центральних телеканалах, тиск на працівників ЗМІ.
2. Фактична відсутність суспільного телебачення в державі, не зважаючи на те, що розмови про його необхідність ведуться ще з перших років Незалежності.
3. Симбіоз телевізійних та інтернет-мереж, високі показники динаміки поширення Інтернету в Україні.
4. Вищий кредит довіри серед глядачів саме до медійних проектів з середовища Інтернету.

В результаті впливу цих факторів у 2013 році в Україні виникла ціла низка проектів, які в тій чи іншій мірі підпадають під ознаки «інтернет-телеканалу». Серед них варто відзначити Hromadske.tv, «Спільнобачення» та «Еспресо-ТВ». Вагому роль у становленні цих проектів відіграли події Революції Гідності. Високий попит на не дискредитовані джерела інформації та «жива картинка» прямих трансляцій з місця подій дозволила цим медіа в перші місяці роботи отримати чимало переглядів. Для прикладу, офіційний Youtube-екаунт Hromadske.tv в перший місяць 2014 року отримав 10 мільйонів переглядів, а «Еспресо-ТВ» — 3,4 мільйона.

Подальша динаміка розвитку цих проектів демонструє спад показників кількості переглядів та нових глядачів і, закономірно, прямує до умовного середнього

значення, властивого кожному з проєктів. Щоб зацікавити нову аудиторію згаданих медіа почали виходити в класичний цифровий ефір через супутник чи мережеву інфраструктуру, наповнили ефірну сітку авторськими аналітичними передачами, залучали до роботи відомих в Інтернеті осіб.

Наразі складно спрогнозувати подальшу еволюцію цих проєктів у світлі протиставлення їм класичного телебачення. Можливо, ці проєкти, через фінансову складову, будуть змушені повернутись до старого формату роботи. Також, не виключено, що традиційне телебачення з часом зникне і, навпаки, старіші ЗМІ будуть розширювати добірку вітчизняний інтернет-телеканалів. Проте, найімовірніше, що процес трансформації вітчизняного телевізійного медіа-простору знайде якусь «золоту» середину і, з часом, межа між традиційним телебачення та телебачення в мережі Інтернет просто зникне, взявши від кожного з форматів найкориснішу складову.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Громадське телебачення» зараз дивиться понад 100 тис людей одночасно [Електронний ресурс]. [watcher.com.ua](http://watcher.com.ua), 4 вересня 2017 р. URL: <http://watcher.com.ua/2013/12/01/hromadske-telebachennya-zaraz-dyvytsya-ponad-100-tys-lyudey-odnochasno/>.
2. «Громадське телебачення» о 14:00 починає своє мовлення із євромарафону [Електронний ресурс]. «Українська Правда», 4 вересня 2017 р. URL: <http://www.pravda.com.ua/news/2013/11/22/7002741/>.
3. 10 мільйонів, 9 років – де результат? [Електронний ресурс]. Анна Свентах, «День», 31 травня 2017 р. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/10-milyoniv-9-rokiv-de-rezultat>.
4. Журналісти ТВі вирішили піти з каналу (ЗАЯВА) [Електронний ресурс]. «Телекритика», 3 червня 2017 р. URL: <http://ru.telekritika.ua/profesija/2013-04-29/81305>.
5. З історії українського телебачення [Електронний ресурс]. 31 травня 2017 р. URL: [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=86641&cat\\_id=33898](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=86641&cat_id=33898).
6. Лизанчук В. Засоби масової інформації і духовне відродження України: формування національних ідеалів та інтернаціональних почуттів. Львів : Вид-во Львів. ун-ту, 1990. 452 с.
7. Інтернет-варіант українського телебачення: формат подачі контенту, [Електронний ресурс]. М. Соловійов. Наукові записки Інституту журналістики, 2009. Т. 36., 31 травня 2017 р. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2284>.
8. Самотей І. І. Інтернет-телебачення: принципи, норми та засади розвитку нового виду ЗМІ в Україні. Вісник [Київського національного університету культури і мистецтв]. Мистецтвознавство. 2015. Вип. 32. С. 95–99.
9. Бабенко В. Інформаційний перехід телебачення на нові платформи мовлення: український досвід. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2014. Вип. 39. С. 117–123.
10. Княжицький запевнив, що канал «Новини-TV» почне мовлення у листопаді (ДОПОВНЕННЯ) [Електронний ресурс]. Телекритика, 24 жовтня 2017 р. URL: <http://ua.telekritika.ua/rinok/2013-10-23/86963>.
11. Костира І. Медіатизація політики та політизація ЗМІ як тенденції політичного процесу в Україні. Політичний менеджмент. 2013. № 1/2. С. 109–118.
12. Підсумки: свобода слова в Україні у 2012 році [Електронний ресурс]. НМПУ, 23 червня 2017 р., URL: <http://nmpu.org.ua/2012/12/pidsumky-svoboda-slova-u-2012-rotsi/>.

13. Скрипін запустив новий проект skgrupin.ua [Електронний ресурс]. «Детектор медіа», 24 жовтня 2017 р. URL: <http://detector.media/rinok/article/115128/2016-05-14-skrupin-zarustiv-novii-proekt-skgrupina/>.
14. ТБ втрачає молоду аудиторію й орієнтується на пенсіонерів [Електронний ресурс]. Галина Корба, 23 червня 2017 р. URL: <http://nv.ua/ukr/publications/tb-vtrachaje-molodu-auditoriju-i-bere-orijentatsiju-na-pensioneriv-88674.html>.
15. Телебізнес по-українськи: погляд зсередини [Електронний ресурс]. «Телебачення як бізнес», 23 червня 2017 р. URL: <http://tvbusinessconference.com/news/telebiznes-po-ukrayinsky-pohlyad-zseredyu/>.
16. Трохи про Спільнобачення [Електронний ресурс]. Spilno.TV. URL: [http://spilnotv.com/wpcontent/uploads/2014/03/SpTV\\_Briefly\\_on\\_Spilnobachennia.pdf](http://spilnotv.com/wpcontent/uploads/2014/03/SpTV_Briefly_on_Spilnobachennia.pdf).
17. Фінансові звіти, hromadske.ua [Електронний ресурс]. 4 вересня 2017 р. URL: <https://hromadske.ua/finreports>.
18. Цензура в Українських ЗМІ зросла на 30 % — експерт, Українські національні новини [Електронний ресурс]. 23 червня 2017 р. URL: <http://www.unn.com.ua/uk/news/1033273-tsenzura-v-ukrayinskih-zmi-zrosla-na-30proc---ekspert>.
19. Як можна заробити на Інтернет-телебаченні в Україні [Електронний ресурс]. Павло Мандрик, Forbes.ua, 31 травня 2017 р. URL: <http://forbes.net.ua/ua/business/1363442-yak-mozhna-zarobiti-na-internet-telebachenni-v-ukrayini>.
20. Яценюк став співвласником телеканалу «Еспресо.TV», «Радіо Свобода» [Електронний ресурс]. 24 жовтня 2017 р. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news/28680453.html>.
21. Espresso.TV, Youtube [Електронний ресурс]. 24 жовтня 2017 р., URL: <https://www.youtube.com/user/espresotv>.
22. Evolution of television: які зміни чекають на українське ТБ [Електронний ресурс]. В. Шкіль, Forbes.ua, 3 червня 2017 р. URL: <http://forbes.net.ua/ua/selfeducation/reports/1402763-evolution-of-television-yaki-zmini-chekayut-na-ukrayinske-tb>.
23. Netflix and the Development of the Internet Television Network, Laura Osur, Syracuse University, 2016, Dissertations - ALL. 448 p.
24. This is the end of Hulu as we know it, Brian Fung, The Washington Post [Електронний ресурс]. 30 травня 2017 р. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2016/08/08/hulu-is-getting-rid-of-what-made-it-famous/>.
25. UA:Перший, Wikipedia [Електронний ресурс]. 31 травня 2017 р. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/UA:First>.
26. User Statistics for HromadskeTV, socialblade.com [Електронний ресурс]. 4 вересня 2017 р. URL: <https://socialblade.com/youtube/user/hromadsketv>.
27. User Statistics for Spilno.TV, socialblade.com [Електронний ресурс]. 23 жовтня 2017 р. URL: <https://socialblade.com/youtube/user/thespilnotv>.

## REFERENCES

1. «Hromadske telebachennia» zaraz dyvytsia ponad 100 tys liudei odnochasno. watcher.com.ua, 4 veresnia 2017 r. URL: <http://watcher.com.ua/2013/12/01/hromadske-telebachennya-zaraz-dyvytsya-ponad-100-tys-lyudey-odnochasno/> (in Ukrainian).

2. «Hromadske telebachennia» o 14:00 pochynaie svoje movlennia iz yevromarafonu. «Ukrainska Pravda», 4 veresnia 2017 r. URL: <http://www.pravda.com.ua/news/2013/11/22/7002741/> (in Ukrainian).
3. 10 milioniv, 9 rokiv – de rezultat? Anna Sventakh, «Den», 31 travnia 2017 r. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/10-milyoniv-9-rokiv-de-rezultat> (in Ukrainian).
4. Zhurnalisty TVi vyrishyly pity z kanalu (ZAIaVA). «Telekrytyka», 3 chervnia 2017 r. URL: <http://ru.telekritika.ua/profesija/2013-04-29/81305> (in Ukrainian).
5. Z istorii ukrainskoho telebachennia. 31 travnia 2017 r. URL: [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=86641&cat\\_id=33898](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=86641&cat_id=33898) (in Ukrainian).
6. Lyzanchuk V. Zasoby masovoi informatsii i dukhovne vidrodzhennia Ukrainy: formuvannia natsionalnykh idealiv ta internatsionalnykh pochuttiv. Lviv : Vyd-vo Lviv. un-tu, 1990. 452 s. (in Ukrainian).
7. Internet-variant ukrainskoho telebachennia: format podachi kontentu. M. Soloviov. Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky, 2009. T. 36., 31 travnia 2017 r. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2284> (in Ukrainian).
8. Samotei I. I. Internet-telebachennia: pryntsypy, normy ta zasady rozvytku novoho vydu ZMI v Ukraini. Visnyk [Kyivskoho natsionalnogo universytetu kultury i mystetstv]. Mystetstvo-znavstvo. 2015. Vyp. 32. S. 95–99 (in Ukrainian).
9. Babenko V. Informatsiinyi perekhid telebachennia na novi platformy movlennia: ukrainskyi dosvid. Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya Zhurnalistyka. 2014. Vyp. 39. S. 117–123 (in Ukrainian).
10. Kniazhytskyi zapevnyv, shcho kanal «Novyny-TV» pochne movlennia u lystopadi (DOPOV-NENO). Telekrytyka, 24 zhovtnia 2017 r. URL: <http://ua.telekritika.ua/rinok/2013-10-23/86963> (in Ukrainian).
11. Kostyria I. Mediatyzatsiia polityky ta polityzatsiia ZMI yak tendentsii politychnoho protsesu v Ukraini. Politychnyi menedzhment. 2013. № 1/2. S. 109–118 (in Ukrainian).
12. Pidsumky: svoboda slova v Ukraini u 2012 rotsi. NMPU, 23 chervnia 2017 r., URL: <http://nmpu.org.ua/2012/12/pidsumky-svoboda-slova-u-2012-rotsi/> (in Ukrainian).
13. Skrypin zapustyv novyi proekt skrypin.ua. «Detektor media», 24 zhovtnia 2017 r. URL: <http://detector.media/rinok/article/115128/2016-05-14-skrypin-zapustiv-novii-proekt-skrypinua/> (in Ukrainian).
14. TB vtrachaie molodu audytoriiu i oriientuetsia na pensioneriv. Halyna Korba, 23 chervnia 2017 r. URL: <http://nv.ua/ukr/publications/tb-vtrachaje-molodu-auditoriju-i-bere-orijentatsiju-na-pensioneriv-88674.html> (in Ukrainian).
15. Telebiznes po-ukrainsky: pohliad zseredyny. «Telebachennia yak biznes», 23 chervnia 2017 r. URL: <http://tvbusinessconference.com/news/telebiznes-po-ukrayinsky-pohlyad-zseredyny/> (in Ukrainian).
16. Trokhy pro Spilnobachennia. Spilno.TV. URL: [http://spilnotv.com/wpcontent/uploads/2014/03/SpTV\\_Briefly\\_on\\_Spilnobachennia.pdf](http://spilnotv.com/wpcontent/uploads/2014/03/SpTV_Briefly_on_Spilnobachennia.pdf) (in Ukrainian).
17. Finansovi zvity, hromadske.ua. 4 veresnia 2017 r. URL: <https://hromadske.ua/finreports> (in Ukrainian).
18. Tsenzura v Ukrainskykh ZMI zrosla na 30 % — ekspert, Ukrainski natsionalni novyny. 23 chervnia 2017 r. URL: <http://www.unn.com.ua/uk/news/1033273-tsenzura-v-ukrayinskih-zmi-zrosla-na-30proc---ekspert> (in Ukrainian).



19. Iak mozna zarobyty na Internet-telebachenni v Ukraini [Elektronnyi resurs]. Pavlo Mandryk, Forbes.ua, 31 travnia 2017 r. URL: <http://forbes.net.ua/ua/business/1363442-yak-mozhna-zarobiti-na-internet-telebachenni-v-ukrayini> (in Ukrainian).
20. Iatseniuk stav spivvlasnykom telekanalu «Espreso.TV», «Radio Svoboda». 24 zhovtnia 2017 r. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news/28680453.html> (in Ukrainian).
21. Espreso.TV, Youtube. 24 zhovtnia 2017 r., URL: <https://www.youtube.com/user/espresotv> (in Ukrainian).
22. Evolution of television: yaki zminy chekaiut na ukrainske TB. V. Shkil, Forbes.ua, 3 chervnia 2017 r. URL: <http://forbes.net.ua/ua/selfeducation/reports/1402763-evolution-of-television-yaki-zmini-chekayut-na-ukrayinske-tb> (in Ukrainian).
23. Netflix and the Development of the Internet Television Network, Laura Osur, Syracuse University, 2016, Dissertations - ALL. 448 p. (in English).
24. This is the end of Hulu as we know it, Brian Fung, The Washington Post. 30 travnia 2017 r. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2016/08/08/hulu-is-getting-rid-of-what-made-it-famous/> (in English).
25. UA:Persnyi, Wikipedia. 31 travnia 2017 r. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/UA:First> (in English).
26. User Statistics for HromadskeTV, socialblade.com. 4 veresnia 2017 r. URL: <https://socialblade.com/youtube/user/hromadsketv> (in English).
27. User Statistics for Spilno.TV, socialblade.com. 23 zhovtnia 2017 r. URL: <https://socialblade.com/youtube/user/thespilnotv> (in English).

## PRECONDITIONS AND HISTORY OF ONLINE TELEVISION APPEARANCE IN UKRAINE

A. A. Dutchak

*Ukrainian Academy of Printing  
19, Pid Holoskom St., Lviv, 79000, Ukraine  
juta@opora.org.ua*

*The article provides a chronological sequence of the development of traditional and Internet television in Ukraine. The key moments of its appearance as well as conditions for the creation and specifics of television operation in the domestic Internet segment have been determined. The author also describes the formation and the activity of several key players in the domestic Internet TV market.*

**Keywords:** *Internet, television, mass communication, means of mass communication, Internet audience, TV journalism, TV newsroom.*

*Стаття надійшла до редакції 25.09.2017.*

*Received 25.09.2017.*