

УДК 004.738.5:621.397.13

Самотей Іванна Іванівна,
здобувач Київського національного університету культури і мистецтв

ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ПРИНЦИПИ, НОРМИ ТА ЗАСАДИ РОЗВИТКУ НОВОГО ВИДУ ЗМІ В УКРАЇНІ

У статті розглянута історія виникнення Інтернет-телебачення в Україні. На основі вітчизняного контенту виокремлено принципи, норми та засади розвитку цього сучасного виду ЗМІ на медіаринку.

Ключові слова: Інтернет-телебачення, цифрове телебачення, медіа ринок, мистецтво.

В статье рассмотрена история возникновения Интернет-телевидения в Украине. На основе отечественного контента выделены принципы, нормы и принципы развития этого современного вида СМИ на медиарынке.

Ключевые слова: Интернет-телевидение, цифровое телевидение, медиа рынок, искусство.

The article deals with the history of Internet TV in Ukraine. On the basis of domestic contents singled out principles, norms and rules of this modern type of media.

Key words: Internet TV, digital TV, media market, art.

На українському медіаринку впливають світові тенденції: розвиток та популярність телебачення в Інтернеті зростають. Телебачення ХХІ ст. – інформаційна база даних. Глядач – користувач, який має змогу легко відшукати потрібну інформацію.

Актуальність дослідження полягає в тому, що наразі Інтернет-телебачення підкорює нові горизонти, це зумовлено науково-технічним прогресом. Головні переваги, які нам дають цифрові технології – відмінне зображення та звук, втім у динамічному суспільстві соціум прагне одержувати не лише якісну, але й оперативну та об'єктивну інформацію. Інтернет-телебачення задовольняє такі потреби і впевнено займає свою нішу у просторах ЗМІ.

Наукова новизна статті полягає в тому, що на сьогодні недослідженим залишається формат подачі відеоінформації в Інтернеті. Необхідно виокремити принципи, норми та засади розвитку цього сучасного виду ЗМІ. Інтернет-телебачення повинно виконувати всі основні функції: інформаційну, культурно-просвітницьку, інтегративну, соціально-педагогічну, організаторську, освітню та рекреативну.

Мета статті – на прикладі сучасних Інтернет-телеканалів дослідити формат подачі відеоконтенту, який би задовольняв усі потреби та вимоги сучасного українського глядача.

Об'єкт дослідження – українське Інтернет-телебачення.

Предмет – формат подачі відеоінформації в Інтернеті.

Тему «Інтернет-телебачення» вивчали зарубіжні та вітчизняні науковці: Р. Крейг, В. Іванов, Л. Федорчук, Б. Потятиник, М. Соловійов та ін. Проте сучасні ЗМІ активно розвиваються і поле для подальших досліджень означеної тематики – широке.

Науковець Річард Крейг розглядає Інтернет-журналістику як незалежний різновид журналістської роботи поряд з друкованими і ефірними ЗМІ. Інтернет-телебачення поєднує глибину викладу інформації друкованої журналістики, переконливість і безпосередність телебачення завдяки постійному оновленню відеоматеріалом з місць подій разом із унікальною можливістю давати своїм користувачам посилання на сайти, де вони зможуть докладніше дізнатися про теми, що їх цікавлять. На відміну від інших ЗМІ, стандарти і формати Інтернет-журналістики все ще є порівняно новими і перебувають на стадії розвитку [2, 28].

Що стосується поняття Інтернет-телебачення, то воно включає передання через мережу Інтернет відео- та аудіо інформації. Трансляція може здійснюватися в потоці, що є подібним до прямого ефіру в наземному, супутниковому і кабельному телебаченні [5, 195].

Майже всі українські телеканали транслюються в режимі он-лайн: 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. Варто відзначити, що і створити свій відеоканал наразі може кожний. Для цього достатньо мати телефон з відеокамерою та підключений Інтернет. Наприклад, події під час Євромайдану українське суспільство відстежувало події в режимі он-лайн. Зокрема, журналісти Інтернет-телебачення «Громадське ТБ» транслювали все, що відбувалося в гарячих точках Києва: відеостріми успішно показували навіть загальнонаціональні телеканали. Щодо формату, то основним продуктом цього Інтернет-ТБ є відеоконтент, однак сайт також іноді наповнюється текстовими матеріалами, аудіо, фото та графікою. Доступ до всього контенту Інтернет-ресурсу Hromadske.tv безкоштовний, що безперечно важливо.

На думку М. Соловйова, Інтернет-телебачення – відкрита мережа, в якій безліч дрібних і середніх відео-виробників пропонують авторський контент, що постійно розвивається. Специфіка Інтернет-ТБ близька до сучасної «міжмережі»: кожен може опублікувати інформацію, яка глобально доступна. У системі Інтернет діють і розвиваються різні види ресурсів з метою постачання відеоматеріалів. Це відеохостинги, незалежні Інтернет-телеканали та ефірні телеканали (дублюють своє мовлення в мережу). Усі ці види ресурсів часто відносять до Інтернет-телебачення, проте кожен із них має свої особливості [5, 196].

Наразі продивитися ефір каналу в Інтернеті можна на сайті таких телевізійних каналів – «24», «5 канал», «Інтер», «К1», «Перший Національний», «Перший Діловий», «Перший автомобільний». Канал «1+1» викладає в мережу свої програми – в архіві відео в рубриці новини «ТСН» можна переглянути сюжети різних підрубрик. У рубриці «Відео» містяться анонси, фільми, серіали та програми власного виробництва каналу. Також є онлайн-трансляція ефіру «1+1». Переглянути будь-який телеканал – національний чи регіональний, дають можливість сайти онлайн-ТВ. Споживача приваблює можливість вибору контенту, який йому цікавий, а це своєю чергою дає змогу виробникам інформаційного продукту краще зрозуміти потреби глядачів, пропонувати їм додатковий телевізійний продукт, а також інші медіа-послуги. Також практично всі сайти містять архіви відео, де відвідувачі можуть знайти окремі програми.

Окрему увагу варто звернути на YouTube. Медіаексперти прогнозують, що цей відеохостинг стане важливим політичним інструментом. О. Гарматін стверджує: «YouTube вже приваблює найбільшу кількість трафіку в мережі і постійно займає перші позиції у списку найбільш улюблених американськими користувачами інтернету соціальних медіа. YouTube вже грає важливу роль під час президентської виборчої компанії. Так, передвиборча кампанія одного з кандидатів в президенти США Барака Обами опинилася під загрозою після того, як з'ясувалося, що один з його співробітників виклав на сайт YouTube відеоролик, який принижує опонента Обами Хіллари Клінтон» [7].

На думку медіаекспертів, Інтернет-ТБ повинно мати свої журналістські стандарти. Помилково вважається, що мережа Інтернет – територія вільного самовираження. Адже, Інтернет-журналісти зв'язані багатьма тими самими стандартами та законами, що і їхні колеги, які працюють у друкованих виданнях, на радіо й телебаченні. У багатьох аспектах стандарти сьогоденної журналістики вищі, ніж були в перші десятиліття ХХ ст. Багато журналістських організацій мають свої етичні кодекси, правила в яких певною мірою збігаються. У своїй книзі «Hold the Press: The Inside Story on Newspapers» (Louisiana State University Press, 1996), Джон Максвелл Гамільтон і Джордж Кримський визначили 10 правил, яких дотримуються автори і редактори провідних організацій - розповсюджувачів новин. Вони називають ці правила «10 заповідей новинної журналістики» і застосовують їх до усіх журналістів.

Визначені норми стосуються й Інтернет-телебачення, тому не варто:

1. Поширювати недостовірну інформацію.
3. Повідомляти чутки або іншу неперевірену інформацію.
4. Приховувати або нехтувати думкою, з якою хтось не згоден.
5. Демонструвати прихильність чи упередження до того, про що повідомляєш або пишеш.
6. Спотворювати сутність чогось або вводити когось в оману, щоб отримати інформацію (без наявності дуже поважних причин для цього).
7. Займатися плагіатом висловлювань чи ідей (журналісти можуть використовувати цитати з посиланнями).
8. Використовувати якісь обставини для особистої вигоди (наприклад, приймати подарунки від джерел).

Що стосується відео в Інтернеті, то це більше, ніж звичайне телебачення в режимі он-лайн. Адже, на відміну від звичайного телебачення, Інтернет-ТБ інтерактивне, функціональне і має персоналізацію мовлення. Користувач може обрати або створити власну телепрограму, отримати, не відходячи від екрана, додаткову інформацію, може спілкуватися в режимі реального часу з іншими глядачами з усіх країн світу і навіть безпосередньо впливати на те, що відбувається у студії. Кількість каналів у мережі практично необмежена. Інформація розповсюджується по всьому світу, вона буває безплатною, а доступна 24 години на добу.

Перед творцями Інтернет-ТБ повинні стояти вимоги, що не характерні іншим видам ЗМІ. Зокрема, відеооператор має забути про загальні плани і обмежитись мінімальним числом джерел світла. Кадри мають бути контрастними і, бажано, скомпонованими так,

щоб фон зображення був темним. Режисеру треба уникати спецефектів, а також панорам і тревелінга. Від швидкості передачі файлу у кінцевому результаті залежить, наскільки плавним буде зображення. Специфіка роботи журналіста – у тому, що він не лише пише репортаж чи створює тематичну програму, але й шукає в мережі інформацію про подібні події, аналітичні матеріали.

Інтернет-ТБ може бути як «живим», так і в записі. Переваги мають обидва варіанти. Переглядаючи програму «вживу», користувач може в реальному часі контактувати з продюсером програми – отримувати від нього додаткову інформацію, ставити питання учасникам програми, брати участь у вікторинах тощо. Записана програма IPTV зберігається в архіві сайту невизначено довго. Це дає змогу глядачеві у будь-який час повторно подивитись програму, що йому сподобалась. І навіть у цьому варіанті можлива, хоча й менша, інтерактивність. Глядач може визначити, що він хотів би побачити у наступній передачі [6, 194].

Зокрема, Ніколас Крістов стверджує, що нині в мережі кожний сам собі є редактором. З його погляду, наші можливості добирати ті новини й аналітику, які найбільше пасують нашим переконанням та упередженням, зіграють з нами злий жарт. При цьому автор покликається на психологічні особливості: пересічна людина дбає не так про отримання об'єктивної інформації, як про підтвердження власних оцінок і переконань. Теоретично ми, звісно, можемо говорити про необхідність брати до уваги цілий спектр фактів і думок, але на практиці ми схильні закритися в комфортному для нас інтелектуальному середовищі, яке віддунує нашими ж думками [3, 153].

Перевага Інтернет-ТБ – швидкість. Проте варто пам'ятати і про таке поняття, як достовірність. Потрібно не лише висвітлювати факти, які лежать на поверхні, а й те підґрунтя, що поглиблює їх розуміння. Журналісти в гонитві за оперативністю забувають про об'єктивність. Питання точності також постає в Інтернет-світі у такому ракурсі, який не можна було собі уявити до появи мережі [1, 48].

Отже, на думку медіаекспертів, тільки з появою всесвітньої комп'ютерної мережі журналістика отримує шанс стати повноцінною. По-перше, перевагою Інтернет-телебачення перед іншими ЗМІ є мобільність: глядач вільно можете дивитися свої улюблені телепередачі вдома, в офісі або просто, використовуючи бездротову мережу на вулиці. Навіть перебуваючи на іншому боці земної кулі, наприклад у Канаді, можна дивитися улюблені українські чи російські канали, не відчуваючи ніяких проблем. По-друге, кількість каналів, що транслюються онлайн-ТБ сервісами перевершує пакети операторів кабельного ТБ. Глядач може дивитися безліч каналів, практично з будь-яких країн і будь-якими мовами, обирати самостійно канали. По-третє, Інтернет-телебачення має зручну систему пошуку необхідного каналу. На відміну від простого телевізора і його звичайних методів перемикання каналів, онлайн-ТБ сервіси обладнані системою навігації. Деякі сервіси надають програму телепередач, деякі надають можливість створювати список обраних каналів. Найчастіше є опція пошуку телеканалів за назвою.

Інтернет-телебачення стає все більш популярним, з'являється багато нових сервісів, відповідно вимоги до розвитку функцій та якості журналістики повинні розвиватися.

Література:

1. Іванов В. Ф. Сьогодення українських медіа // Наукові записки Інституту журналістики. – Київ, 2002. – Т. 7. – С. 45–51. 2. Крейт Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / перекл. з англ. А. Іценка. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. – 324 с. 3. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика: навч. посіб. / Борис Потятиник ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Ф-т журналістики. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с. 4. Смирнов. А. В. Основы цифрового телевидения / А. Смирнов. – Горячая Линия – Телеком. 2001. – 224 с. 5. Соловійов М. С. Інтернет-варіант українського телебачення: формат подачі контенту / М. С. Соловійов // Наукові записки Інституту журналістики. – Київ, 2009. – Т. 36. – С. 195–198. 6. Федорчук Л. Перспективні напрямки розвитку телебачення: Інтернет-ТБ / Л. Федорчук // Наукові записки Інституту журналістики. – Київ, 2006. – Т. 24. – С. 193–195. 7. Гарматин О.О. Развитие Интернет-телевидения. Казахстанский инновационный журнал «ЕСТЬ ИДЕЯ!» [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://bourabai.ru/dbt/itv3.htm>.