

АЗІЙСЬКА МОДЕЛЬ ТБ У СУЧАСНИХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

У статті розглянуто історичний генезис проблеми, проаналізовано стан, специфіку сучасних корейських аудіовізуальних ЗМІ.

Ключові слова: моделі телебачення, культура, держава, специфіка, Республіка Корея.

I. Вступ

США, Західна Європа (насамперед Великобританія, Франція й Німеччина) і СРСР на момент зародження телебачення були технологічно найбільш розвинутими для свого часу регіонами. Тому не дивно, що в кожному з них була створена власна модель організації телемовлення. Комерційне, громадське й державне телебачення – такі три ключові організаційно-програмні моделі, що склалися та були використані як приклад розвитку телеіндустрії в інших країнах. Таке визначення дала у своїй книзі “Медіаекономіка зарубіжних країн” О. Л. Вартанова.

У кожній з названих моделей по-своєму вирішують ключові питання: кому належить телебачення, хто його фінансує, чиї інтереси воно відображає. Важливо також, хто і як його контролює, які відносини між ТБ і суспільством, ТБ і культурою, ТБ і владою.

II. Постановка завдання

Тема глобалізації є напрочуд популярною на сьогодні, до неї звертались такі науковці, як Р. Робертсон, І. Валлерстайн, Е. Гідденс, М. Кастельс, У. Бек, Дж. Сорос, К. Поппер, А. Уткін. Тож і погляди на цей процес у кожного мають свої особливості. Р. Робертсон, М. Уотерс вважають глобалізацію невід’ємним процесом модернізації. Зі слів М. Уотерса, глобалізація – це процес, “в ході якого і завдяки якому визначальний вплив географії на соціальне та культурне структурування скасовується, і в якому люди це скасування все більшою мірою усвідомлюють” [5, с. 64]. Р. Робертсон глобалізацію сприймає як “стиснення” світу і посилення взаємозалежності всіх його частин, що супроводжується все більшим усвідомленням цілісності, єдності світу” [3, с. 117]. М. Кастельс зазначає, що глобалізація пов’язана, насамперед, з глобалізацією економіки, “основні види економічної діяльності (виробництво, споживання і циркуляція товарів і послуг), а також їх складові (капітал, праця, сировина, управління, інформація, технологія, ринки) організуються в глобальному масштабі” [2, с. 81].

Отже, незважаючи на те, що погляди науковців різноманітні, можна виокремити одну спільну ознаку: глобалізація – це процес

зближення та взаємодії різних частин цілісного світу, що зростає щодня.

Глобалізація зачіпає всі сфери життєдіяльності людини, тож телебачення як невід’ємна частина сучасного світу зазнає неабияких змін. Е. Гідденс у своїй книзі “Соціологія” наголошує: “Практично в усіх країнах світу засновані національні служби телебачення. Кількість телевізійних приймачів, які перебувають у користуванні усього світу, зросла зі 190 млн в середині 1960-х рр. до 1200 млн у 1991 р. Усі ці обставини свідчать про виникнення світового інформаційного порядку – міжнародної системи виробництва, розповсюдження та використання інформації. Через електронні ЗМІ західна культурна продукція поширюється по всьому світу” [7]. Змінюється контент, правила подачі та поширення матеріалу, власне, трансформуються самі моделі ТБ. І в кожній країні ця трансформація приводить до різних результатів. Що ж стосується предмета нашого дослідження – азійської моделі ТБ, то таке визначення не є офіційним, бо цей напрям узагалі маловивчений. Розглянемо азійську модель мовлення на прикладі Республіки Корея – країни, що завдяки своєму стрімкому розвитку стала на один рівень розвитку з Америкою, Китаєм та Сінгапуром. У нашому регіоні ця тема не є досить висвітленою. Цим пояснюється складність пошуку теоретичного матеріалу. Література корейських дослідників є виключно в корейському та англійському варіантах. Автори велику увагу приділяють законодавчій базі, на основі якої діють корейські ЗМІ, дають загальну характеристику корейським ЗМІ (переважно пресі), їх минулому та сьогоденному стану.

II. Постановка завдання

Мета статті – проаналізувати сучасні корейські аудіовізуальні ЗМІ.

III. Результати

Регулярне телемовлення почалося майже одночасно в трьох регіонах: США (1944 р.), Західній Європі (у Франції – у 1944 р., Англії – в 1946 р.) та Радянському Союзі (1945 р.). Це три моделі ТБ, за класифікацією О. Л. Вартанової.

Перша модель – приватне комерційне телебачення. Класичним прикладом є США: “Комерційні телекомпанії використовують

дохід від реклами як основне джерело фінансування, тому для них важливими є якомога більші грошові надходження від рекламодавців. Тарифи на телевізійну рекламу напряму залежать від рейтингу. Бажання комерційних телекомпаній забезпечити високий рейтинг є причиною відмови від якісних, проте низькорейтингових програм і спонукає робити акцент на розважальних шоу, які збирають масову аудиторію. Новинні програми для високого рейтингу набувають сенсаційності та драматизму” [1, с. 24].

На сьогодні комерціалізація телекомпаній набирає все більших обертів – держава або громадські організації не в змозі утримувати та фінансувати цю складну систему.

Друга модель організації та фінансування телебачення – громадське телебачення. Її називають по-різному: публічно-правова й суспільна [4, с. 78]. “У суспільному телебаченні вступають у дію захисні механізми проти ринкових законів і конкурентної боротьби, проти диктату рекламодавців, орієнтованих на смаки усередненої більшості, що дають змогу виробникам створювати культурно-освітні програми, орієнтовані на гуманістичні, загальнолюдські цінності” [1, с. 70].

І хоча програми такої тематики не користуються приголомшливою популярністю, вони допомагають підтримувати інтелектуальний рівень нації на високому рівні та сприяти позитивному іміджу країни у світовому масштабі.

Ряд “освітніх” станцій послідовно забезпечує високий професійний рівень передач, пропонує масовій аудиторії якісний набір змістовних науково-популярних і публіцистичних програм, присвячених гострим суспільним проблемам.

За законами ряду держав громадські телеорганізації зобов’язані звітувати перед парламентами і громадянами про результати мовної діяльності. Відмінність комерційного та громадського телебачення не обмежується тільки програмною політикою. На відміну від комерційного ТБ, фінансованого тільки за рахунок реклами, громадське телебачення часто фінансують самі глядачі, які вносять до бюджету громадських телекомпаній абонентську плату, як ми можемо судити з досвіду більшості європейських країн.

Третя модель організації телебачення склалася в Радянському Союзі і була скопійована в соціалістичних країнах Східної Європи. Це було державне телебачення. Як зазначає О. Л. Вартанова, таку модель називають ще авторитарною. Для неї характерні держбюджетне фінансування, жорсткий ідеологічний контроль і повна державна монополія на телебачення. “Державна модель мовлення переважає в азійських, арабських та африканських країнах. У більшості країн тропічної Африки діяльність телеком-

паній фінансують і контролюють державні структури. Поширена практика стягування абонентської плати з власників телевізорів, що частково покриває витрати на підтримку телемовлення” [1, с. 65].

Державна модель телебачення поступово втрачає свої позиції. Влада розуміє, що можна отримати фінансову користь від комерційних каналів, і активно цим користується (КНР).

Зміна в соціально-політичній атмосфері, освоєння нових можливостей телемовлення призводять до трансформації всіх трьох моделей: комерційної, громадської та державно-монополістичної: “Змішана модель фінансування – державний бюджет + реклама + спонсорська допомога великих корпорацій, близьких до державних структур, – останніми роками набуває все більшого поширення в Росії, країнах СНД, багатьох азійських державах. Це пов’язано з обмеженістю державних коштів, що виділяються на фінансування мовлення” [1, с. 75].

Сьогодні практично в жодній країні з розвинутою ринковою економікою не зустрічаються “чисті” моделі ТБ. Домінує змішана модель організації телеіндустрії, в якій співіснують суспільне і комерційне ТБ або державне та комерційне, хоча їх співвідношення в різних країнах нерівномірне.

Телевізійне мовлення в Республіці Корея розпочалося в 1956 р. з відкриттям приватної комерційної телекомпанії в Сеулі: “Робота першої корейської телестанції розпочалася 12 травня 1956 р. Офіційно станція називалася “KORCAD”. Корея стала четвертою азійською країною, в якій з’явилося телемовлення” [6, с. 90].

“31 грудня 1961 року урядом країни була заснована “KBS-TV”, перша повномасштабна телевізійна служба в Республіці Корея. У 1970-ті рр. сформувалася корейська телевізійна культура, яка збереглась і до наших днів. Головною причиною для глядачів служили серіали, а також шоу. Деякі серіали імпортувалися, але більшість з них була вироблена на місці, з урахуванням вимог корейської публіки.

У грудні 1964 р. почала працювати інша телевізійна компанія – “TBC-TV”. Третя в Республіці Корея телевізійна компанія “MBC-TV” була заснована в серпні 1969 р., а наприкінці 1980-х рр. “TBC-TV” була поглинена “KBS” і дістала нову назву “KBS-2”. “KBS” є офіційним “голосом” Сеула. Одна з особливостей каналу “KBS-1” – це відсутність рекламних вставок (з 1994 р.). Безрекламний державний канал “KBS-1” існує за рахунок спеціальної абонентської плати, яку всі жителі країни вносять автоматично: вона включається в рахунки за електрику. “KBS-2” – інший канал, що належить тій самій компанії, дещо менш офіційний і серйозний. Тут

з'являються рекламні вставки, за рахунок яких існує канал.

Телеканал "MBC" деякий час був дочірнім підприємством "KBS". "MBC" спеціалізується на розвагах і культурі, тому розважальних шоу-програм на цьому каналі помітно більше, ніж на інших телеканалах. Контрольний пакет "MBC" перебуває в руках держави (2/3 акцій, решта розподілені серед кількох приватних власників). У 1990 р. під управлінням Міністерства освіти розпочала мовлення компанія "EBS". Вона передає для учнів освітні передачі, наповнення яких виходить за межі звичайної шкільної програми, а також передачі, присвячені культурі, і документальні фільми. Канал загалом збитковий, але збитки його компенсуються з бюджету, оскільки питання народної освіти є пріоритетним для Південної Кореї. Компанія "SBS" почала мовлення в 1990 р. З усіх корейських телекомпаній приватною є тільки ця, але й вона не має одного власника. Акціями "SBS" володіють 29 різних корпорацій" [6, с. 91].

"1970-ті роки були відзначені державним втручанням у систему засобів масової інформації в Кореї. У 1972 р. уряд президента Парк ввів цензуру на ЗМІ. Уряд переглянув закон про телерадіомовлення під приводом поліпшення якості телевізійних програм. Після перегляду цього закону уряд розширив свій контроль над медіаконтентом" [6, с. 86].

Уряд здійснює нагляд за засобами масової інформації за допомогою Закону з національної безпеки [6, с. 88].

Політична лібералізація, що відбулась наприкінці 1980-х рр., привела до послаблення обмежень. З'явилося нове покоління журналістів. У Декларації від 29 червня 1987 р. (8 п.) передбачено: "Преса стає вільною". Південнокорейські ЗМІ почали свій стрімкий розвиток. Мережа телебачення "MBC", комерційні мережі, які перебували під контролем держави ("KBS" з 1980 р.), відновили незалежне мовлення.

Отже, можна стверджувати, що в Республіці Корея змішана модель ТБ (державне та комерційне мовлення), проте їй притаманні азізьські унікальні ознаки, що яскраво ілюструє контент телепродукції. Це стосується як Кореї, так і ряду інших азізьських держав (Японії, Китаю, Малазії, Індії тощо).

Ще однією характеристикою телебачення країни є активне поширення власної культури серед інших країн, популяризація її за допомогою аудіовізуальної продукції (так звана "Корейська хвиля").

"Корейська хвиля", або "Халлю", – поняття, що стосується поширення сучасної культури Південної Кореї по всьому світу. "Корейська хвиля" є одним з напрямів державної політики та спрямована на зростання міжнародної ролі корейської культури [8].

У перші роки свого існування корейські телевізійні мережі значною мірою залежали

від імпорту, в основному зі Сполучених Штатів. Сьогодні корейський контент зайняв майже увесь час програмної сітки.

Як зазначив В. А. Саруханов у книзі "Азбука телебачення", "людство весь час мріє про надзброю. Але мрія вже здійснилась: надзброя – це телебачення" [4, с. 34]. Республіка Корея завдяки візуальним медіа швидкими темпами стає активним учасником сучасних глобалізаційних процесів.

IV. Висновки

Сьогодні спостерігається вплив глобалізації та розвиток нових технологій, які дають змогу прискорити передачу сигналу в різні точки земної кулі. Глобалізація змінює філософію комунікацій: завдяки технологічному розвитку людям не треба чекати тижнями на листи в паперових конвертах. Достатньо лише натиснути на кнопку – за кілька секунд лист буде на іншому кінці земної кулі.

Істотні зміни відбуваються й у типології світового телебачення. Треба відзначити такі два явища, як ефірне та кабельне ТБ. Сучасні кабельні й супутникові канали наповнені розважальними програмами, спеціалізованими каналами, що присвячені кіно, музиці, політиці, спорту тощо. Подібне явище ми можемо спостерігати в США. Ефірне мовлення найчастіше – загальнонаціональне, розраховане на національну аудиторію й постійне висвітлення подій протягом дня.

У європейських країнах склалася інша модель мовлення. У Франції та Англії існує як суспільно-правове, так і приватне ефірне телебачення. У Німеччині все ефірне телебачення – суспільно-правове, а кабельне та супутникове – переважно приватне.

Отже, взаємодія різних політичних, економічних факторів породжує різноманітні моделі ЗМІ, кожна з яких має національні особливості функціонування, що ми й дослідили на прикладі Республіки Корея.

Характерна особливість візуальних ЗМІ усіх азізьських країн – їх сильний вплив на свідомість. З 1990-х рр. і до сьогодні спостерігається період великих технологічних змін у корейській індустрії мовлення, який зробив ТБ більш важливим, ніж у минулому. Це мовлення з урахуванням нових технологічних розробок, таких як DBS, супутники та інтерактивні кабельні системи, які дадуть змогу Кореї повною мірою брати участь у житті інформаційного суспільства.

Телебачення Республіки Корея (як і більшість країн Азії) має чітку структуру та належить до змішаної моделі (державне ТБ і комерційне). Держава має великий вплив на політику корейського телебачення (вплив цей не є примусовим). Уряд здійснює нагляд за засобами масової інформації за допомогою Закону про телерадіомовлення 1987 р. Процес глобалізації передбачає відкритість країни до інновацій, культурного та економічного обміну. Це своєрідний процес дифузії. На сьогодні

відбувається поступове поширення корейської продукції на медіаринки інших країн. Це відбувається завдяки явищу "Корейської хвилі". Щоб не стояти осторонь, Республіка Корея змушена вдатись до експансії (де основна продукція – це корейська культура та технологічні досягнення), трансформувати власні медіа для досягнення поставленої мети.

Ці висновки, фактичний матеріал можуть бути використані в подальшій розробці обраної теми, при написанні наукових праць з журналістики та культури Республіки Корея.

Список використаної літератури

1. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е. Л. Вартанова. – Москва, 2003. – 335 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – Москва : ГУ ВШЭ, 2000. – С. 81.
3. Масловский М. В. Современная западная теоретическая социология : учеб. пособ. / М. В. Масловский. – Нижний Новгород : НИСОЦ, 2005. – С. 117.
4. Саруханов В. А. Алфавит телевидения / В. А. Саруханов. – Москва : Аспект-Пресс, 2003. – С. 34.
5. Уотерс М. Глобализация / М. Уотерс. – Лондон ; Нью-Йорк, 1995. – С. 64.
6. Bond Young Choy. Korea. A History / Bond Young Choy. – New York, 1971. – P. 86–92.
7. Giddens Anthony. Classical Social Theory [Electronic resource] / Giddens Anthony. – Mode of access: <http://www.d.umn.edu/clafaculty/jhamlin/4111/Readings/GiddensClassical.pdf>.
8. Farrar L. "Korean Wave" of pop culture sweeps across Asia / Lara Farrar // CNN. Turner Broadcasting System, Inc. – 2010. – December 31.

Стаття надійшла до редакції 05.02.2015

Дударевич И. К. Азиатская модель телевидения в современных глобализационных процессах

В статье рассматривается исторический генезис проблемы, анализируются состояние, специфика современных корейских аудиовизуальных СМИ.

Ключевые слова: модели телевидения, культура, государство, специфика, Республика Корея.

Dudarevych I. Asian Model of Television in Contemporary Global Processes

For the first time in Ukrainian journalism, the specificity of modern Korean audiovisual media were analyzed.

Moreover, in recent years, there has been an influx of Korean popular culture throughout the world. It began from a small part of East Asia and has been spread out to the world, including East Asia, Southeast Asia, Europe, and the Americas. And here is the actuality of my scientific work.

The dissertation analyzes the state, development and prospects\ perspectives of modern Korean audiovisual media in the context of "new media". The growth of digital technologies brings new challenges. Besides, the development of informational sector becomes more important in the structure of the national economy.

The Republic of Korea forms a new informational strategy that meets modern standards, and often contains specific approaches to the cultural and historical heritage and traditions.

I can't forget about such phenomenon as Korean Wave. The main focus of this paper is to examine the essence of the Korean Wave through the TV and its impact on the world. In particular, this paper aims to explore the relationships between the spread of the Korean Wave and political and social changes in a global perspective. That is, does the Korean Wave affect the political position and diplomatic leverage of Korea in any meaningful way? This investigation first examines the relevant literature of international relations for policy, culture and soft power. Then, recent developments of the Korean Wave are reviewed and critically analyzed. Finally, I will draw a conclusion and recommendations toward the plausibility of the Korean Wave as a policy tool for Korea's cultural diplomacy.

It would be unfair not to mention that fact that modern digital technologies blur the concept of national borders. Unfortunately, the "new media" of the Republic of Korea is not yet sufficiently studied in Ukraine, so it is really important to analyse the current situation and prospects of modern Korean broadcast media, the specifics of "Korean wave" in the era of "new media". In this vein, there is a need to examine an impact of korean culture on other countries.

In conclusion, I can say that the research results can be used for writing research papers on history, politics and culture of the Republic of Korea, the preparation for general and specialized courses in higher education institution.

Key words: models of television, culture, state, specifics, the Republic of Korea.