

Соціальні комунікації

УДК 007: 304: 621.397.13

Ятчук Ольга Михайлівна

*кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри соціальних комунікацій,
філософії та суспільно-політичних дисциплін
Університет митної справи та фінансів*

Ятчук Ольга Михайловна

*кандидат наук по социальным коммуникациям,
доцент кафедры социальных коммуникаций,
философии и социально-политических дисциплин
Университет таможенного дела и финансов*

Yatchuk Olha

*PhD of Social Communication, Assistant Professor of
Social Communications, Philosophy and Socio-Political Disciplines Chair
University of Customs and Finance*

**ІСТОРИЯ РОЗВИТКУ ТЕЛЕБАЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ
КОМУНІКАЦІЙНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОДЕЛІ OFF-LINE
ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ
КОММУНИКАЦИОННЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ МОДЕЛИ OFF-LINE
HISTORY OF TELEVISION DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF
COMMUNICATION FEATURES OF THE OFF-LINE MODEL**

***Анотація.** Досліджено розвиток телебачення та його моделі off-line - традиційного контенту телебачення, в її історичному, комунікаційному та конвергентному аспектах. Виокремлено комунікативний підхід до аналізу телевізійного контенту та окреслені вектори подальшого дослідження функціонування даної моделі off-line.*

Ключові слова: історія телебачення, модель off-line, телевізійний контент, телекомунікація, теорія телебачення.

Аннотація. В данній статтє исследовано розвитие телевидения и его модели off-line - традиционного контента телевидения, в ее историческом, коммуникативном и конвергентном аспектах. Выделен коммуникативный подход для анализа телевизионного контента, очерчены векторы дальнейшего исследования функционирования данной модели off-line, как части традиционного телевизионного контента.

Ключевые слова: история телевидения, коммуникация, модель off-line, телевизионный контент, телекоммуникация, теория телевидения.

Summary. The development of television and off-line model - the traditional content of television. The article reveals them in historical, communicative and convergent aspects. The study highlights communicative approach for the analysis of the television content, vectors for further research into the functioning of this off-line model, as a part traditional content of television.

Key words: model off-line, TV content, telecommunications, television history, the theory of television.

Історія українського телебачення в контексті розвитку світового телебачення в загалі залишається мало вивченою темою для дослідників теорії та історії соціальних комунікацій та медіа. Аналіз та осмислення основних етапів розвитку телебачення, як комунікативної системи дозволить підвищити якість у вивченні окремих питань пов'язаних з телебаченням, а також допоможе у прогнозуванні подальших векторів розвитку цього комунікативного явища. І це питання стає важливим особливо в епоху електронних медіа та впливу інтернет комунікації, з конвергентністю та новими технологіями, які впливають на традиційну

модель телебачення – модель off-line, для якої момент створення та перегляду не співпадає [12].

Джерельною базою дослідження є історія розвитку світового та національного телебачення .

Мета нашого дослідження зумовлена необхідністю формування певної концепції періодизації розвитку телебачення в контексті функціонування моделі off-line.

Відповідно до мети статті ми поставили такі **завдання**:

- вивчити та запропонувати концепцію розвитку телебачення, що відповідає би вимогам розвитку комунікативних технологій;
- виокремити чинники, що впливали на розвиток моделі off-line на кожному з окремих етапів становлення телебачення;
- простежити розвиток моделі off-line в контексті історичних технологічних та комунікативних змін у суспільстві;
- виокремити комунікативний компонент взаємодії з глядачем на кожному окремому етапі розвитку телебачення;
- визначити подальші вектори досліджень пов’язаних з функціонуванням моделі off-line в контексті історичного розвитку телебачення взагалі.

Реалізація мети та завдань дослідження зумовлюють комплексний підхід до використання теоретичних, емпіричних, емпірично-теоретичних, аналітичних **методів** дослідження та галузевих методів соціальних комунікацій. Історичний та порівняльно-історичний методи використовувалися з метою аналізу та систематизації даних щодо становлення та розвитку телебачення та моделі off-line. Для визначення особливостей та чинників розвитку телебачення та моделі off-line використовувались систематизація, класифікація та групування. Метод порівняння застосовувався для виявлення спільних і відмінних рис різних етапів розвитку телевізійного мовлення. Метод контент аналізу

використовувався для систематизації даних щодо розвитку моделі off-line, як комунікативної технології телебачення.

Періодизація історії розвитку телебачення в контексті комплексних досліджень розглядалася різними науковцями. Так, І. Кацев [6] запропонував періодизацію вітчизняного телебачення, виокремлюючи 4 етапи і зосереджуючись при цьому на творчому процесі: технічні експерименти (1907-1957); набуття власних засобів виразності (1957-1970); період жорсткої цензури (1970-1985) та стагнація (1985-2000). А. Фортунатов [9] розрізняв 3 етапи, зосереджуючись на технічному розвитку та комунікативних аспектах: період становлення (1883 – до кінця 30-х років); ТБ як самостійне явище та соціальний інститут (40-80 роки); період дигіталізації та конвергенції (триває з 80-х років). М. Голядкін [4] виокремлює 4 етапи, які пов'язані з часом, розвитком технології та удосконаленням жанрової палітри цього виду комунікації: експериментальний етап (30-40 роки), період становлення (50-60 роки), ТБ – як засіб комунікації (70-80 роки) і теледостаток (з 90-х років до сьогодення).

У рамках данної розвідки для періодизації історії розвитку телебачення приймається концепція М. Голядкіна як така, що найбільш адекватно відбиває розвиток телекомунікаційних технологій. Відповідно, кожний з етапів має свої конституційні ознаки. Для **експериментального періоду** мовлення характерними ознаками є:

- *процес прийняття спільних стандартів мовлення;*
- *започаткованість основних видів мовлення: інформаційне (фотогазети у СРСР аналоги випуску новин, спортивні події, репортажі з місця подій тощо); політично-громадське (у Німеччині запрошували політиків до студії); розважальне (кіно, театральні та музичні вистави за участю відомих акторів); і навіть дитяче та молодіжне (Велика Британія демонструвала анімаційні фільми, Німеччина – молодіжні програми, СРСР – дитячі вистави) [3, с. 9-57];*

- *прямі репортажі з місця подій привертають увагу глядачів за Олімпіадою 1936 року в Німеччині спостерігало понад 150 тисяч глядачів;*
- *програми носять культурно-просвітницький характер (більшу частку мовлення займають вистави, виступи акторів, кінопокази);*
- *незначна кількість телеприймачів у населення – від 500 (Франція) до 15 тисяч (Велика Британія), найбільшу кількість за насиченням радіоприймачами й телевізорами перед Другою світовою війною мала Німеччина [7, с. 108-113];*
- *перші дослідження аудиторії і скептичне ставлення до ТБ. Компанія Геллапа, яка досліджувала аудиторію США, фіксувала, що в 1939 році 87% населення вважали телевізор зайвим предметом, а наприкінці 1945 року 81% американців ніколи в житті не бачили телепередач, хоча на території країни працювало 10 телестанцій і у населення було 6 тисяч приймачів [7, с. 117].*

Загалом на першому етапі розвитку телебачення можна окреслити 3 напрямки експериментальної дії, пов'язані з таким: 1) з розвитком технологічного компонента (механічне та електронне телебачення); 2) з розвитком контенту (прямоефірні репортажі, виступи тощо); 3) із взаємодією з глядачем (дослідження аудиторії та виготовлення приймачів аматорським способом – під час епохи механічного телебачення на території УРСР було аматорським способом зібрано майже 2000 приймачів). Модель *off-line* реалізується переважно у вигляді закритих культурологічних текстів.

Початок Другої світової війни гальмує розвиток телебачення. Другий етап починається після 1945 року, пов'язаний із відновленням трансляцій і функціонування телебачення загалом. З 1946 по 1954 рік у всіх провідних країнах світу було відновлено телемовлення – починається **період становлення телемовлення**, для якого характерними ознаками є:

- *міжнародний вплив.* Налагоджуються зв'язки між країнами за допомогою радіорелейних частот, створюються міжнародні телеорганізації (наприклад, ОІРТ та «Інтербачення»);
- *професійні кадри.* Творчі працівники приходять із суміжних галузей, мають філологічну, театральну та кіноосвіту, з'являються ВНЗ, що готують фахівців;
- *винахід відеомагнітофонів мав величезний вплив на подальший розвиток моделі off-line:* у 1956 році американський канал CBS використовує відеомагнітофон для відстрочки вечірнього випуску новин, а через 4 роки ЦТ СРСР уперше в ефірі передавало концерт, записаний на перший радянський відеомагнітофон «Кадр-1» [3, с. 21, 99]. З'являються перші телевізійні фільми та серіали, але студійні камери ще досить важкі та не дозволяють мобільно пересуватися, тож активний розвиток цієї моделі ще попереду;
- *зростання аудиторії телебачення у світі.* Про динаміку розвитку телефікації в СРСР свідчать цифри: у 1953 році існує три телевізійні центри в Москві, Ленінграді й Києві за наявності 120 тис. телевізорів, а вже через 5 років у 1958 – 32 телецентри та 1 млн. 760 тис. телевізорів [1, с. 6];
- *вивчення аудиторії та ефектів ТБ.* Починається системне вивчення аудиторії, формуються головні дослідницькі школи щодо вивчення впливу та ефектів телебачення як у США, так і Європі. Для вітчизняної журналістики цей період пов'язано з появою ВНЗ та розвитком наукових досліджень у сфері телевізійної комунікації (аналіз телебачення представлено в перших дослідженнях Р. Борецького [2], Р. Ільїна [5], В. Саппака [8], О. Юровського [10] та інших), крім того, ця тема розкрита і в західних дослідженнях А. Амбронсона [12], Р. Бьорнса [13], та інших.

Таким чином, у період становлення телебачення розвиток триває в 3 напрямках: технологічні компоненти мовлення (стандартизація, вплив космічних технологій); контент (з'являються унікальні ТВ-жанри: телесеріали, ток-шоу тощо); взаємодія з глядачем (системне вивчення аудиторії та ефектів впливу ТБ, експериментальний характер носить використання взаємодії з глядачем (телефонне опитування під час ефіру). Модель *off-line* розширює можливості та жанрову палітру завдяки запису на відеомагнітофон.

Продовжуючи тенденції, започатковані в 50-60 роках, телебачення 70-80 років визнається як **глобальний засіб комунікації**. Це доводять спільні міжнародні конвенції та декларації, ухвалені Радою Європи та Генеральною Асамблеєю ООН: Декларація ради Європи «Про свободу вираження поглядів та інформації» (1982), «Конвенція про принципи використання державами штучних супутників Землі для безпосереднього телевізійного мовлення» Генеральної Асамблеї ООН (1982) та інші документи. Характерними ознаками цього періоду стають:

- *розвиток супутникового мовлення* та розподіл частот, експериментальні розробки в галузі телебачення високої чіткості (ТВЧ) та стерео-ТБ;
- *сегментованість телевізійного простору*. З'являються парламентські телеканали, громадське мовлення, а також вузькоспеціалізовані телеканали: інформаційний CNN (1980 рік), музичний MTV (1981 рік), спортивний «Євроспорт» (1989 рік); телеканали, що розповсюджують мовлення через супутник; сегментується ефір у рамках одного телеканалу за часом; з'являються ранкові, вечірні чи нічні програми, наприклад, у 1987 році на ЦТ СРСР існували проекти «Утро» та «До и после полуночи»;

- *розширюється тематика програм.* З'являються освітні цикли. Так, ВВС-2 у 1971 році ввів нову форму заочного навчання «Відкритий університет» з видачею диплома бакалавра [7, с. 244];
- *модель off-line* продовжує удосконалювати жанрові форми: активно починає розвиватися виробництво фільмів спеціально для телебачення. Так, І.Г. Мащенко фіксував, що в 1985 році випуск ігрових телевізійних фільмів (серій) на кіностудіях України вперше перевищив створення стрічок для показу в кінотеатрах [7, с. 288]. У західного глядача особливим попитом користуються проекти «документальної ТВ-драми» (Docudrama), засновані на документальному матеріалі, але відтворені художніми засобами телебачення: різновиди судових справ, події з буденщини служб порятунку 911 тощо. Під впливом кінематографа стає складнішою телемова, покращується якість відеоряду. Поширення побутових пристроїв на кшталт відеомагнітофона та пульта дистанційного керування сприяє розвитку моделі *off-line*;
- *дослідження аудиторії триває:* новим кроком стає впровадження піплметрії британською компанією AGB (Audits of Great Britain) у 1984 році. Це дало змогу враховувати кожні 5 хвилин вмикання та перемикання каналів (кількість яких могла бути до 97 водночас) та передавати дані зворотного зв'язку за телефоном, на початок 90-х років цю систему використовували в усій Європі [14]. СРСР застосовував лише соціологічні методи аналізу пошти, наприклад, Держтелерадіо УРСР створило відділ листів для обліку, вивчення та аналізу кореспонденцій телеглядачів і слухачів [7, с. 260].

Таким чином, ми бачимо, що визнання телебачення як засобу комунікації відбувається в міжнародному масштабі, його можливості вдосконалюються за 3 напрямками: технологічний компонент доповнюється супутниковим зв'язком; контент розширюється, відбувається сегментація

ринку; взаємодія з глядачем удосконалює систему вивчення аудиторії, запроваджується піплметрія та рейтинги. Модель *off-line* ускладнює телемову, започатковується тенденція до руйнування програми телемовлення й отримання матеріалів на замовлення, за допомогою попереднього запису на відеомагнітофон окремим глядачем.

Індивідуальні пристрої для отримання супутникового сигналу, кабельне телебачення, сегментований ринок та поява платних телесервісів приводять до **теледостатку** та розвитку телеіндустрії. Ознакою періоду, що розпочався з 90-х років ХХ століття, стає розвиток цифрового мовлення і побудова нових національних мереж телебачення (процес, до якого залучена і Україна), розвиток ТВЧ, системи супутникового зв'язку та інтеграції інтернет-комунікацій і телебачення. Для цього періоду характерними ознаками стають:

- *правове регулювання діяльності ТВ-каналів*: у США в 1996 році «Комунікаційний акт» прийшов на зміну «Акту про комунікацію» (1934), внесені суттєві зміни в базові положення та положення про конкуренцію в усіх видах комунікації (враховуючи Інтернет); у цей період Україна приймає низку законів у сфері регулювання телекомунікації; парламентська асамблея Ради Європи ухвалює резолюції, що стосуються прав і принципів діяльності телевізійних журналістів;
- *збільшення кількості комерційних телекомпаній*, особливо на пострадянському просторі. На прикладі України можемо простежити динаміку: 1990 рік – перша недержавна регіональна телекомпанія «Тоніс–центр» («7 канал») у Харкові, у 1998 році Національна рада з питань телебачення та радіомовлення реєструє вже 516 телерадіоорганізацій в Україні, а в 2005 році існує вже 1268 телерадіоорганізацій, що отримали ліцензії на мовлення;

- модель *off-line* залишається основною для виробників, триває ускладнення форматів, спостерігається тяжіння до розважального мовлення;
- дослідження аудиторії розширюються до міжнародних масштабів – у 1991 році Лондонський інститут комунікації здійснив аналіз вечірніх новин у 55 країнах на 97 телеканалах; проводяться дослідження в нових країнах, у 1997 році компанія «Соціс Геллап» (SOCIS Gallup International) почала аналізувати аудиторію телебачення і в Україні [7, с. 313, 336].

Таким чином, у період теледостатку також триває розширення можливостей телебачення в 3 напрямках: технологічний компонент удосконалюється цифровим мовленням і телебаченням високої чіткості (ТВЧ, HDTV); контент продовжує розширюватися; вивчення аудиторії виходить за межі однієї країни, поширюється на нові країни, зокрема й Україну. Модель *off-line* залишається основною для виробництва.

Загалом кожний із 4-х етапів розвитку телебачення – експериментальне мовлення, становлення, ТБ як засіб комунікації, теледостаток – характеризується власними ознаками. Вони досить чітко простежуються в 3 напрямках розвитку телемовлення: технологічному, у розвитку контенту та в розвитку технологій взаємодії з глядачем. До загальних тенденцій можна віднести такі: телевізійний контент тяжіє до ускладнення творчого, технологічного й комунікаційного впливу, взаємодія з глядачем змінюється від спостереження та опосередкованої реакції на телепрограму до безпосередньої взаємодії. Коливання інтересу до кожної з двох моделей телевізійного мовлення визначається станом технологічного розвитку країни, низкою політичних і комунікаційних аспектів.

Таким чином, окреслені історичні етапи розвитку телебачення, в контексті існування моделі *off-line* мають стати базовими для подальшого дослідження телебачення, та його комунікаційних технологій. Враховуючи

сучасний стан розвитку телебачення, світові тренди та вплив конвергентних медіа, зміни в структурі комунікаційних зав'язків телебачення можемо зробити висновки, що сучасний стан має певні розбіжності с періодом теледостатку. І цей етап, перехідний, або новий потребує детального аналізу та вивчення – як перспективного напрямку для подальших досліджень, у яких, слід методом контент аналізу спостерігати за світовим впливом телемовників, вивчати світові тренди та національні проекти, слідкувати за появою нових моделей мовлення, змін у правовому та регуляторному полі. А також враховувати нові методи у вивченні медіаудиторії.

Література

1. Артинов М. Телебачення / М. Артинов, М. Казневський. – К. : Держ. вид-во образ. мистец. і муз. л-ри УРСР, 1962. – 35 с.
2. Борецкий Р. Л. Информационные жанры телевидения / Р. Л. Борецкий. – М. : Искусство, 1961. – 75 с.
3. Голядкин Н. А. История отечественного и зарубежного телевидения : учеб. пособие для студентов вузов / Н. А. Голядкин. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 141 с. – (Серия «телевизионный мастер–класс»).
4. Голядкин Н. А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения / Н. А. Голядкин. – М. : Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1996. – 123 с.
5. Ильин Р. Н. Выразительные средства телевидения / Р. Н. Ильин. – М. : ВГИК, 1966. – 35 с.
6. Кацев И. Г. История российского телевидения (1907–2000) / И. Г. Кацев. – М. : РГГУ, 2004. – 256 с.
7. Мащенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа. У 2 т. Т. 1. Всесвітній відеоаудіолітопис : дати, події, факти, цифри, деталі, коментарі, персоналії / І. Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – 384 с.

8. Саппак В. С. Телевидение и мы : 4 беседы / В. С. Саппак. – 3-е изд. – М. : Искусство, 1988. – 167 с.
9. Фортунатов А. Н. Проблемы истории телевидения : философский и культурологический подход / А. Н. Фортунатов. – Н. Новгород : Изд-во Нижегород. гуманитар. центра, 2006. – 105 с.
10. Юровский А. Я. Об искусстве телевидения / А. Я. Юровский. – М. : Знание, 1965. – 70 с.
11. Ятчук О. М. Соціально-комунікаційні моделі та технології інтерактивного телебачення.: дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Ятчук Ольга Михайлівна. – Маріуполь, 2013. – 280 с.
12. Albert Abramson, *The History of Television, 1942 to 2000*, McFarland & Company, 2003, pp. 13–14.
13. Burns, R. W., *Television: An international history of the formative years*. (1998). IEE History of Technology Series, 22. London: IEE, p. 576
14. Gane R. *Television audience measurement in Europe. A review and comparison* / R. Gane // *Measuring Media Audiences*. – London : Routledge, 1994.