

DOI: 10.31866/2617-2674.6.2.2023.289285

УДК 654.197:004-043.2

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ЕКРАННОГО МОВЛЕННЯ

Сергій Гончарук^{1а}, Владислав Марусенко^{2б}¹ кандидат педагогічних наук, доцент;

e-mail: goncharucs@gmail.com; ORCID: 0000-0003-0878-6143

² магістр аудіовізуального мистецтва та виробництва;

e-mail: vlad.marusenko2000@gmail.com; ORCID: 0000-0001-6650-5501

^а Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна^б Київський університет культури, Київ, Україна**Ключові слова:**

кіномистецтво;
екранне мовлення;
технології;
інтернет;
розвиток;
медіапростір

Анотація

Мета статті – проаналізувати історію становлення телемистецтва й екранного мовлення в Україні, з'ясувати технології впливу на розвиток телеіндустрії. Розглянути пропозиції медіаринку сучасному глядачеві та провести порівняльний аналіз аудіовізуальних творів, які пропонує інтернет; знайти можливі варіанти синтезу між телебаченням та інтернетом. З'ясувати переваги та недоліки ефірного мовлення й онлайн-медіа. **Методи дослідження.** Були застосовані такі методи: теоретичний – для вивчення історіографії щодо розвитку телебачення, а саме: інформаційних джерел, інфографіки та публікацій; практичний – для перегляду пропозицій сучасного медіаринку та зіставлення його з аудіовізуальним контентом в інтернеті; аналізу – для детального вивчення досліджуваного контенту, зокрема огляду телебачення й інтернету, осмислення якості медіавиробництва; аналогії – для проведення чітких паралелей між медіапродуктом телевізійного виробництва та інтернету. **Наукова новизна.** Уперше проведено детальний розбір історії екранного мистецтва в контексті розвитку екранного мовлення, а саме: розглянуто технології впливу на телевізійне мовлення, смаки та уподобання глядача на певних етапах розвитку медіаринку. Проаналізовано стан розвитку сучасного екранного мистецтва, його вплив на глядача, а також сформовано загальне бачення глядацької аудиторії. Представлено варіанти медіапродуктів синтезу телебачення та інтернету з огляду на нові жанри аудіовізуальних творів. **Висновки.** У статті проаналізовано історію становлення та розвитку українського екранного мистецтва. Визначено основні етапи формування телевізійних технологій і вдосконалення техніки екранного мовлення та кіномистецтва. Проаналізовано стан трансформації та змін екранного мистецтва у сучасному світі, а також чинники та фактори, що впливають на швидкі зміни технологій екранного

мовлення. Сформовано загальну картину бачення впливу технологій на розвиток сучасного медіапростору.

Як цитувати:

Гончарук, С. та Марусенко, В., 2023. Вплив технологій на розвиток екранного мовлення. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 6 (2), с.166-176.

Формулювання проблеми

Телебачення має дуже довгу історію. Перші телевізійні програми випустила компанія BBC у 1936 році (на той час радіомовна компанія). З того часу екранне мистецтво продовжує свою трансформацію, а науково-технічний прогрес вносить певні корективи у формування бачення сучасності. Під його впливом змінювалися як інструменти та якість телевізійного мовлення, так і смаки глядача. Через покращення технологій глядач ставав більш вибагливим до того, що бачить, хотів чогось нового. Митці постійно знаходяться в пошуках ідей, а винахідники покращують інструменти. Здавалося б, що людство знаходиться вже на піку свого розвитку, але нас продовжують дивувати новими винаходами.

З появою інтернету телевізійне мовлення зазнало кризи. Згідно з даними Індустріального телевізійного комітету кількість людей, які користуються телевізором, з 2015 року знизилась на майже 20 %. Натомість кількість людей, які віддають перевагу інтернету, збільшується.

Канали почали трансформацію контенту, аби не втратити глядача. Змін зазнають формат телемовлення, наповнення контенту та гості програм (аби залучити молоду аудиторію). Проте навіть старше покоління починає відмовлятися від телевізійного формату та користується інтернетом через зручність його використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Розвиток і проблеми сучасного телебачення виствітлила Л. Борис (2020). Авторка представила детальну історію цифрового телебачення України з 1991 року, приділила особливу увагу проблемам цифрового телебачення, описала періоди розвитку телевізійної журналістики.

С. Котляр і В. Федоренко (2018) проаналізували авторську програму як обличчя вітчизняного телебачення.

А. Ковбасенко (2017) висвітлила стан сучасного комерційного телебачення, зокрема з'ясувала рейтинги програм українського виробництва на телебаченні, а також розповіла про механізм розрахунку рейтингу програм і окреслила міжнародне партнерство українського медіавиробництва.

Новиний контент у сучасному медійному дискурсі дослідили С. Котляр і Б. Бондарчук (2020).

Розвиток українського телебачення в контексті світових медіатенденцій вивчала М. Терентьева (2015). У своїй роботі авторка дослідила розвиток телебачення та світові тренди ефіру, а також показала розвиток вітчизняного ТБ на прикладі телеканалу СТБ.

Мета статті – проаналізувати історію становлення телемистецтва та екранного мовлення, визначити роль технологій у розвитку екранного мистецтва, розглянути технології впливу та розвитку екранного мовлення сьогодення.

Основний матеріал дослідження

У 1991 році на території України працював державний канал УТ-1 (березень 1990) та приватні студія «Сатурн» і канал «Тоніс». УТ-1 займався ретрансляванням радянських програм на території УРСР, але після проголошення незалежності почав працювати над створенням власного контенту, хоч частка російських телешоу і залишилась. «Тоніс» працював з 31 жовтня 1988 року та транслювався на весь радянський простір. З 1991 року канал переїжджає до Києва. «Тоніс» став каталізатором створення та розвитку інших приватних телеканалів. Згодом з'являються ще 2 державні канали – УТ-2 та УТ-3. Як висловились у своїй статті Л. Борис (2020), українські канали ще тривалий час віддзеркалювали російський контент, тому частка російських програм в українському ефірі була досить високою.

У 1995 році Президент України видав Указ «Про вдосконалення системи управління державним телебаченням і радіомовленням України» (Верховна Рада України, 1995). Згідно з цим документом запускається низка серйозних реорганізаційних процесів стосовно теле-, радіопростору, а також створюється регуляторний орган Держтелерадіо України, який контролював увесь український теле-, радіоефір. Ця державна установа також визначала частку часу ефірного мовлення для державних і приватних каналів. Зокрема, Д. Черніна (2019) зауважує:

«Така реструктуризація передусім позначилася на телевізійній сітці – УТ-1 перейшов на перший канал, а з ефіру УТ-2 прибрали практично всі програми РТР. Восени 1995 року 2,5 години мов-

лення на УТ-1 отримує новостворений телеканал "1+1" – в рамках тодішніх нормативних актів, що регулюють кількість годин трансляцій державного і комерційного телеконтенту. З січня 1997 року "1+1" отримує право мовлення на частотах УТ-2, а час на УТ-1 незабаром відходить телерадіокомпанії "Ера". Поділу державних мовників посприяло зведення апаратно-студійного телецентру ("Олівець") на вулиці Мельникова в Києві, адже аж до грудня 1995 року на Хрещатику, 26 тулилися редакції УТ-1, УТ-2, УТ-3, де останні ділили площу із телеканалом ТЕТ-А-ТЕТ».

До 2000-го року телемовлення розпочинає «Інтер», СТБ і «Новий канал». За період 1990–2000 рр. українське телебачення значно збільшило частку реклами в ефірі. З'явилася можливість заробітку каналів, зокрема продавати ефірний час у комерційних цілях. А. Яковець (2009) у своїй книзі зазначає, що станом на 1998 рік Національна рада з питань телебачення та радіомовлення зареєструвала 516 теле-, радіокомпаній, 25 з яких обласні та регіональні державні компанії, а станом на 2005 існує вже 1268 теле-, радіокомпаній (с.17). Тобто за 7 років кількість каналів, які офіційно транслювали на території України, збільшилась більше ніж удвічі. З 2005 до 2010 року розвиваються 4 головних медіахолдинги – «StarLight Media», «Інтер медіа груп», «Медіа група Україна» та «1+1 media». Рейтинг каналів цих медіамагнатів зберігає високий рівень і нині.

Оновлене телебачення пропонувало глядачу широкий спектр медіапродуктів: від новин до закордонних фільмів. Проаналізувала рейтинги та популяр-

ність українських каналів у своїй статті А. Ковбасенко (2017):

«Поки державні суспільні мовники мають рейтинги по 0,04 %, а частку – 0,29 % (так, саме такий рейтинг мав у березні 2017 року канал UA-TV у категорії людей 14-49 років у містах), проекти провідних українських комерційних медіахолдингів мають у середньому показник рейтингу 5-6 % (так, "Холостяк" на СТБ мав рейтинг 5,23 %, частку – 28 % (майже третина усіх українських глядачів!), а "Голос країни" на "1+1" – 6,17 %, частку – 20,88 %)». (с. 147)

Досить велику частку ефіру займав російський контент (фільми, серіали та програми російського виробництва) і реклама. Крім цього, більшість ефіру звучало російською мовою. Через це професор В. Лизанчук (2006) у своїй книзі висловився так: «В них на передньому плані винятково особисті, фінансові, а не державні, суспільні інтереси. Окремі з них поширюють тенденційну антиукраїнську інформацію, сприяють не лише зросійщенню, а й американізації українців. Тому розвиток українського національного радіопростору, як і національного телевізійного простору, є одним із важливих завдань будівництва української держави» (с.40-41). Після 2014 року з'явилося більше незалежних студій, які займаються виробництвом унікальних українських медіапродуктів. Частка україномовного ефіру стрімко збільшилась. Крім цього, покращилось виробництво державного контенту, а українські програми почали транслюватися за кордоном.

«Хтось може стверджувати, що знімати якісний контент в Україні важко, що до бажаного закордонного рівня проектів ще далеко,

проте вже є факти, що доводять рівень якості та популярності наших проектів не лише в Україні, а й за кордоном. Так, проекти "Половинки", Новий канал; "Ревізор", Новий канал; "Караоке на майдані", СТБ; "Панянка-селянка", ТЕТ; "Сім'я", 1+1; "Богиня шопінгу", ТЕТ вже купили закордонні канали та медіахолдинги. Серіал "Слуга народу", 1+1 купила провідна американська компанія Netflix, а серіал "Нюхач" взагалі сплагіатив відомий американський серіал "Касл" ("Castle")». (Ковбасенко, 2017, с.148)

З початку XXI ст. швидко розвивались технології. Популяризувались нові технології дисплеїв, такі як РК (хоча телевізори з рідкокристалічною матрицею певний час ще залишалися з випуклим дисплеєм), LED, AMOLED, LCD. Ці технології значно покращували отримуване зображення та його розмір: стало можливим побачити дрібні деталі та текст, наприклад, субтитри. З 2010 року розпочалося масове використання OLED та QLED дисплеїв та їх модифікацій. Крім цього, покращилась якість зображення, картинка стала чіткою та контрастною. Зображення здається реалістичним (Шиманская, 2021). Розширення сучасних телевізорів становить UltraHD 8K, тобто має 8000 пікселів по горизонталі матриці. Але з використанням цієї технології втратило актуальність аналогове телебачення. Картинка, отримана через аналоговий сигнал (SD), в рази менша за розширення сучасного телевізора. Тому телекомпанії почали переходити на цифровий формат сигналу, який дає змогу отримувати зображення HD якості. Для порівняння, в картинку розміру HD можна розмістити 6 зображень SD формату.

Проте HD якість все ще менша за роздільну здатність сучасного телевізора. Звідси виникає питання, навіщо таке велике розширення. Для розуміння масштабу, у формат зображення UltraHD 8K можна помістити 16 HD зображень (Что такое 4K и 8K UHD, 2017). Сучасне супутникове мовлення дає змогу отримати зображення HD, щоправда, не всі канали підтримують таку функцію. Також потрібне додаткове обладнання та щомісячна плата за послуги від оператора, адже безплатні загальнонаціональні телеканали не підтримують формат відео HD. Навіть більше, не всі українські канали перейшли на цей формат не тільки на супутнику, а і на цифровому стандарті. Переглянути статус каналів можна на інтернет-ресурсі Agsat (Список супутникових каналів, б.д.). Одним із пояснень залучення такої технології до сучасних телевізорів і моніторів є можливість підключення сторонніх пристроїв, яку додали до телевізорів ще у 1980-х роках, наприклад, для підключення відеомагнітофона чи ігрової приставки за допомогою аналогового сигналу, який передавався через дрiт. Проте ми живемо в еру цифрових технологій, тому і пристрої передають до телевізора відповідний сигнал високої якості (Чим відрізняється цифрове телебачення від аналогового?, 2020). Ми можемо підключити ПК, відеопроектор, камеру тощо до телевізора або монітора й отримати зображення надвисокої якості. Не варто забувати, що ми використовуємо смарттехнології та інтернет. У всесвітній мережі у вільному доступі ми можемо відтворити фільм чи відео улюбленого блогера у якості 8K. Але виникає питання, чи потрібне наразі телебачення в сучасному його вигляді.

За даними виборки Індустріального телевізійного комітету, в якій проаналізували, скільки людей від 18 років вмикають телебачення хоча б раз на день, з 2015 року кількість глядачів скоротилася майже на 20%. З переходом на цифровий стандарт телебачення глядачі отримали доступ до 32 телеканалів інформаційного та розважального характеру (за допомогою спеціальної T2 приставки). Ефір проходить чітко за графіком і заздалегідь спланованими програмами.

«Антенні супутникового телебачення давно оцінені гурманами якісної картини на екрані телевізора. Шанувальники платних і безплатних трансльованих каналів відзначають підвищену чіткість зображення в форматах HD і MPEG-4... Але ж за популярністю не перестає перевершувати інтернет, оскільки це доступно для всіх вікових груп. Через неможливість зупинити ефір телебачення поступається всесвітній павутині. Саме для цього сьогодні створено безліч інтернет-сервісів, що дозволяють дивитися телеканали онлайн у зручний час. Майже всі зараз використовують портативні комп'ютери, планшети або смартфони – більшість таких пристроїв забезпечують швидкісний доступ в інтернет з будь-якої точки світу. А за допомогою онлайн-телебачення Ви зможете дивитися улюблені канали в зручному для вас місці. Особливо це доречно в поїзді, літаку або під час пікніка». (Що краще – телебачення чи інтернет?, 2015)

Тобто глядач має підлаштовуватись під графік ефіру, щоб подивитись випуск новин або фільм, що не завжди зручно. Можливість відмотати ефір від-

сутня, а реклама займає велику частку ефірного часу. Також зростає кількість інтегрованої реклами всередині проєкту. «Окрім того, набирає обертів поняття спонсорства конкретних ТВ програм (так, “Зважені та щасливі”, СТБ за спонсора мали “Моршинську”; “Голос країни”, 1+1 – “Lenovo”; “Половинки”, Новий канал – “Розетку”). Так, за понад десять років становлення збиткові донорські канали переросли у величезні прибуткові медіахолдинги» (Ковбасенко, 2017, с.147). До того ж програми, які пропонують канали, цікаві далеко не усім, хоча для розробки проєкту враховується певна цільова аудиторія та її смаки. Телевізійна платформа пропонує і нішеві канали, які, наприклад, транслюють тільки новини або фільми у жанрі детективу чи комедії. Проте навіть такий підхід не забезпечує високого рейтингу каналу. На відміну від телебачення, інтернет пропонує зручний доступ до інформації. «Телепроєкти навіть в онлайні розраховані на масовість, а виключно інтернет-проєкти використовують вузькі підбірки підписників, що створюються на основі окремих груп користувачів» (Інтернет і телебачення, 2017). За даними опитування, проведеного Research&Branding Group на початку 2021 року, 51 % українців віддає перевагу інтернету як джерелу інформації, телебаченню – 44 %, а радіо і пресі – лише 2 % (Більшість українців надають перевагу Інтернету, 2021).

Певним чинником стало те, що сьогодні всесвітня мережа знаходиться майже у кожному девайсі, яким ми користуємося. Це означає, що, наприклад, дізнатись новини ми можемо, не підлаштовуючись під ефір телебачення, а почитати зі смартгодинника дорогою на роботу в метро, або увімкнувши запис ефіру новин на медіапрогравачі

в авто. Інтернет має величезну перевагу над телебаченням у сучасних реаліях. Люди мають швидкий доступ до інформації з будь-якого пристрою. Онлайн-кінотеатри надають доступ до кінематографа та онлайн-телебачення. Зручним є те, що відтворити медіа можна у будь-який час. Кожен має доступ до тих жанрів, які йому імпонують. Тобто одним із чинників переходу від прямої трансляції до інтернету є те, що не потрібно підлаштовуватися під ефір телебачення, який не враховує графік життя окремої людини. За допомогою інтернету ми можемо переглядати інформацію тоді, коли зручно саме нам. На сьогодні мізерна частка каналів може транслювати відео формату HD. Водночас через інтернет можна дивитись будь-яке кіно в такому форматі. В інтернеті розвиваються нові формати відео, які неможливо відтворювати за допомогою телебачення. Якщо ототожнити, то телебачення орієнтоване на трансляцію широкому загалу, а інтернет – на індивідуальні смаки кожного користувача. Саме тому через інтернет можливе відтворення медіа, знятих або розроблених у форматі 360°, де глядач може за допомогою пульта або технології VR роздивлятися все навколо кінематографічної сцени. Також є можливість відтворення інтерактивних фільмів, у яких глядач робить сам вибір у певних ситуаціях, у які потрапляє головний герой, унаслідок чого можна отримати декілька варіантів розвитку подій. До таких технологій долучаються й відомі режисери. «Нехай кінотеатр ще не зробив жодного розумного кроку в ігровому напрямі – так цікавіше слідувати новим спробам піднести ці два напрямі індустрії розваг. Наприклад, відомий режисер Джей Джей Абрамс

веде переговори з Valve, щоб зробити експеримент з Half-Life або Portal» (Письменный, 2013). Власне, це і є індивідуальність, яку гарантує інтернет. Реклама присутня на обох платформах, але є суттєва різниця. На телебаченні ми отримуємо довгу нав'язливу рекламу, яка здебільшого нам не цікава. Реклама, показана в інтернеті, підібрана персонально під користувача за допомогою спеціальних алгоритмів, які аналізують запити та смаки юзера. Якщо користувач шукав, наприклад, одяг, то у спеціальних рекламних блоках він отримає рекламу онлайн-магазинів одягу з речами, які його, можливо, цікавлять. Інтегровані реклами займають не більше 30 секунд впродовж усього відео, а деякі з них можна пропустити. Реклама на ТБ триває близько 10 хвилин і повторюється щонайменше тричі впродовж фільму, а можливості її пропустити немає. Персональні рекомендації за допомогою алгоритмів ми отримуємо і в музиці, кіно, телепрограмах на спеціальних майданчиках в інтернеті. Наприклад, стримінгові сервіси аналізують те, якому жанру віддають перевагу, та на основі цього пропонують інші відео, які цікавлять конкретного користувача.

Інтернет має перевагу в оперативності передачі інформації. Користувач отримує свіжі новини в зручний для нього час – більше не потрібно чекати та підлаштовуватися під ефір новин на ТБ, а після анонсу чекати на сюжет, який зацікавив.

Інтернет дає змогу миттєво перемикати відтворення відео з одного пристрою на інший. Наприклад, ми дивилися фільм на своєму телефоні на кухні, повернувшись у кімнату, перемикаємо відтворення відео з телефона на телевізор лише за допомогою

однієї кнопки та продовжуємо дивитися з того ж місця вже на телевізорі. Крім цього, інтернет дає змогу керувати підключеними до всесвітньої мережі пристроями. Спеціальними модулями обладнують навіть побутову техніку. Вони називаються IoT (Internet of Things). Керувати такими девайсами можна з будь-якого кутка планети, де є доступ до інтернету. Отже, на сьогодні телебачення поступається інтернету в усіх аспектах, тому телевізійне мовлення має повністю змінити підхід до контенту та ефіру. На думку директора з product management компанії Google Кевала Десаї, майбутнє телебачення є в тому, щоб стерти різницю між інтернетом і телебаченням.

Висновки

Українське телебачення пройшло період адаптації після розпаду Радянського Союзу. З'ясовано, що до 2005 року формувались концепції українського телебачення, а до 2010 року склалися головні медіахолдинги. Сьогодні спостерігається самобутнє українське телебачення, на якому транслюються програми, фільми та серіали українського виробництва.

Слід зауважити, що телебачення переживає певну кризу та потребує модифікації. Щось нове завжди заміщало старе, тому нині інтернет заміщає телебачення (понад 50 % українців віддають перевагу всесвітній мережі). Отже, телефір потребує певного реформування та запозичування актуальних форматів з інтернету, щоб зовсім не втратити глядача, адже молоде покоління майже не користується телевізором, а старше покоління поступово переходить на всесвітню мережу та починає відмовлятися від телетрансляцій.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

Більшість українців надають перевагу Інтернету як джерелу інформації – опитування, 2021. *ДетекторМедіа*, [online] 01 березня. Доступно: <<https://detector.media/infospace/article/185376/2021-03-01-bilshist-ukraintsiv-nadayut-perevagu-internetu-yak-dzherelu-informatsii-opuvannya/>> [Дата звернення 12 січня 2023].

Борис, Л., 2020. Український телепростір періоду незалежності. *Теле- та радіожурналістика*, [e-journal] 19, с.131-138. <http://dx.doi.org/10.30970/trj.2020.19.2959>

Верховна Рада України, 1995. Про вдосконалення системи управління державним телебаченням і радіомовленням України: Указ Президента України, [online] 03 січня, № 12/95. Доступно: <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/12/95#Text>> [Дата звернення 12 січня 2023].

Інтернет і телебачення – конкурент чи партнер?, 2017. *Урядовий кур'єр*, [online] 01 червня. Доступно: <<https://ukurier.gov.ua/uk/articles/internet-i-telebachennya-konkurenti-chi-partneri/>> [Дата звернення 12 січня 2023].

Ковбасенко, А., 2017. Сучасний стан українського комерційного телебачення. В: *Інформація, комунікація, суспільство 2017*, Матеріали 6-ї Міжнародної наукової конференції ICS-2017. Славське, Україна, 18–20 травня 2017. Львів: Видавництво Львівської політехніки, с.147-148.

Котляр, С. та Бондарчук, Б., 2020. Новини в сучасному медійному дискурсі. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, [e-journal] 3 (1), с.29-37. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.3.1.2020.202652>

Котляр, С. та Федоренко, В., 2018. Авторська програма – обличчя вітчизняного телебачення. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 1, с.5-17.

Лизанчук, В.В., 2006. *Основи радіожурналістики*. Київ: Знання.

Письменный, А., 2013. Почему интерактивное кино – это прошлое, а компьютерные игры – будущее. *Компьютерра*, [online] 12 апреля. Доступно: <<https://www.computerra.ru/183863/interactive-movies/>> [Дата звернення 12 січня 2023].

Список спутникових каналів, б.д. *Agsat.com.ua*. [online] Доступно: <https://www.agsat.com.ua/ua/spiski-kanalov/rus_ukr/> [Дата звернення 12 січня 2023].

Терентьева, М., 2015. Українське телебачення у контексті сучасних світових медіатенденцій (на прикладі телеканалу СТБ). *Журналістика*, 14 (39), с.139-149.

Черніна, Д., 2019. Телесторія: перші проекти власного виробництва на українському ТV. *Телекритика*, [online] 10 квітня. Доступно: <<https://telekritika.ua/uk/telestoriya-pervye-proekty-sobstvennogo-proizvodstva-na-ukrainskom-tv/>> [Дата звернення 11 січня 2023].

Чим відрізняється цифрове телебачення від аналогового?, 2020. *Publish Україна*, [online] 16 квітня. Доступно: <<https://publish.com.ua/hi-tech/chim-vidriznyaetsya-tsfrove-telebachennya-vid-analogovogo.html>> [Дата звернення 12 січня 2023].

Что такое 4K и 8K UHD, 2017. *Wazza*, [online] 16 апреля. Доступно: <<https://blog.wazza.com.ua/action-kamery/faq-i-poshagovye-instrukcii/cto-takoe-4k-i-8k-uhd/>> [Дата звернення 12 січня 2023].

Шиманская, А., 2021. Який дисплей краще: OLED, Super AMOLED, IPS або Retina. *Skay.UA*, [online] 16 липня. Доступно: <<https://skay.ua/uk/reviews/entry/yakiy-ekran-krasche-ips-oled-super-amoled-abo-retina>> [Дата звернення 12 січня 2023].

Що краще – телебачення чи інтернет?, 2015. 05366, [online] 23 квітня. Доступно: <<https://www.05366.com.ua/news/807354/so-krase-telebacenna-ci-internet>> [Дата звернення 12 січня 2023].

Яковець, А.В., 2009. *Телевізійна журналістика: теорія і практика*. 2-ге вид. Київ: Києво-Могилянська академія.

REFERENCE

Bilshist ukrainsiv nadaiut perevahu Internetu yak dzherelu informatsii – opytuvannya [Most Ukrainians prefer the Internet as a source of information - survey], 2021. *DetektorMedia*, [online] 01 March. Available at: <<https://detector.media/infospace/article/185376/2021-03-01-bilshist-ukrainsiv-nadayut-perevagu-internetu-yak-dzherelu-informatsii-opytuvannya/>> [Accessed 12 January 2023].

Borys, L., 2020. Ukrainyskiy teleprostir periodu nezalezhnosti [The ukrainian telesphere in the period of ukrainian independency]. *TV and radio journalism*, [e-journal] 19, pp.131-138. <http://dx.doi.org/10.30970/trj.2020.19.2959>

Chernina, D., 2019. Telestoriia: pershi proekty vlasnoho vyrobnytstva na ukrainskomu TV [Telestory: the first self-produced projects on Ukrainian TV]. *Telekrytyka*, [online] 10 April. Available at: <<https://telekritika.ua/uk/telestoriya-pervye-proekty-sobstvennogo-proizvodstva-na-ukrainskom-tv/>> [Accessed 11 January 2023].

Chto takoe 4K i 8K UHD [What is 4K and 8K UHD], 2017. Wazza, [online] 16 April. Available at: <<https://blog.wazza.com.ua/action-kamery/faq-i-poshagovye-instrukcii/chto-takoe-4k-i-8k-uhd/>> [Accessed 12 January 2023].

Chym vidrizniaietsia tsyfrove telebachennia vid analogovoho? [How does digital television differ from analog?], 2020. *Publish Ukraine*, [online] 16 April. Available at: <<https://publish.com.ua/hi-tech/chim-vidriznyaetsya-tsifrove-telebachennya-vid-analogovogo.html>> [Accessed 12 January 2023].

Internet i telebachennia – konkurent chy partner? [Internet and television – competitor or partner?], 2017. *Uriadovyi kurier*, [online] 01 June. Available at: <<https://ukurier.gov.ua/uk/articles/internet-i-telebachennya-konkurenti-chi-partneri/>> [Accessed 12 January 2023].

Kotliar, S. and Bondarchuk, B., 2020. Novyny v suchasnomu mediinomu dyskursi [News in modern media discourse]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Arts and Production*, [e-journal] 3 (1), pp.29-37. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.3.1.2020.202652>

Kotliar, S. and Fedorenko, V., 2018. Avtorska prohrama – oblychchia vitchyznianoho telebachennia [Author's program – the face of domestic television]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Arts and Production*, 1, pp.5-17.

Kovbasenko, A., 2017. Suchasnyi stan ukrainskoho komertsiiinoho telebachennia [The current state of Ukrainian commercial television]. In: *Informatsiia, komunikatsiia, suspilstvo 2017* [Information, Communication, Society 2017], Proceedings of the 6th International Academic Conference ICS-2017. Slavske, Ukraine, 18–20 May 2017. Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House, pp.147-148.

Lyzanchuk, V.V., 2006. *Osnovy radiozhurnalistyky* [Basics of radio journalism]. Kyiv: Znannia.

Pismennyi, A., 2013. Pochemu interaktivnoe kino – eto proshloe, a kompiuternye igry – budushchee [Why interactive cinema is the past and computer games are the future].

Kompiuterra, [online] 12 April. Available at: <<https://www.computerra.ru/183863/interactive-movies/>> [Accessed 12 January 2023].

Shcho krashche – telebachennia chy internet? [What is better – television or the Internet?], 2015. 05366, [online] 23 April. Available at: <<https://www.05366.com.ua/news/807354/so-krase-telebacenna-ci-internet>> [Accessed 12 January 2023].

Shymanskaia, A., 2021. Yakiy dysplei krashche: OLED, Super AMOLED, IPS abo Retina [Which display is better: OLED, Super AMOLED, IPS or Retina]. *Skay.UA*, [online] 16 July. Available at: <<https://skay.ua/uk/reviews/entry/yakiy-ekran-krasche-ips-oled-super-amoled-abo-retina>> [Accessed 12 January 2023].

Spysok suputnykovykh kanaliv [List of satellite channels], n.d. *Agsat.com.ua*. [online] Available at: <https://www.agosat.com.ua/ua/spiski-kanalov/rus_ukr/> [Accessed 12 January 2023].

Terentieva, M., 2015. Ukrainske telebachennia u konteksti suchasnykh svitovykh mediatendentsii (na prykladi telekanalu STB) [Ukrainian television in the context of modern world media trends (on the example of STB TV channel)]. *Zhurnalistyka*, 14 (39), pp.139-149.

Verkhovna Rada of Ukraine, 1995. Pro vdoskonalennia systemy upravlinnia derzhavnym telebachenniam i radiomovlenniam Ukrainy: Ukaz Prezydenta Ukrainy [On the improvement of the management system of state television and radio broadcasting of Ukraine: Decree of the President of Ukraine], [online] 03 January, № 12/95. Available at: <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/12/95#Text>> [Accessed 12 January 2023].

Yakovets, A.V., 2009. *Televiziina zhurnalistyka: teoriia i praktyka* [Television journalism: theory and practice]. 2nd ed. Kyiv: Kyievo-Mohylianska akademiia.

IMPACT OF TECHNOLOGY ON ELECTRONIC BROADCASTING DEVELOPMENT

Serhii Honcharuk^{1a}, Vladyslav Marusenko^{2b}

¹ PhD in Pedagogy, Associate Professor;

e-mail: goncharucs@gmail.com; ORCID: 0000-0003-0878-6143

² Master of Audiovisual Arts and Production;

e-mail: vlad.marusenko2000@gmail.com; ORCID: 0000-0001-6650-5501

^a Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

^b Kyiv University of Culture, Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to analyze the history of television art and electronic broadcasting in Ukraine; to find out the technologies that influence the development of the television industry; to consider the media market offers to the modern viewer and to conduct a comparative analysis of audiovisual works offered by the Internet; to find possible options for synthesis between television and the Internet; to find out the advantages and disadvantages of broadcasting and online media.

Research Methodology. The following methods were used: theoretical – to study the historiography of the development of television, namely, information sources, infographics and publications; practical – to review the offers of the modern media market and compare it with audiovisual content on the Internet; analysis – to study the content under study in detail, in particular, an overview of television and the Internet, to understand the quality of media production; analogy – to draw clear parallels between the media product of television production and the Internet. **Scientific novelty.** For the first time, a detailed analysis of the history of electronic art in the context of screen broadcasting development is carried out, namely, the technologies of influence on television broadcasting, viewer tastes and preferences at certain stages of media market development are considered. The state of contemporary electronic art development and its impact on the viewer is analyzed, and a general vision of the viewer audience is formed. Variants of media products of the synthesis of television and the Internet are presented, taking into account new genres of audiovisual works. **Conclusions.** The article analyses the history of the formation and development of Ukrainian electronic art. The main stages of television technology formation and improvement of electronic broadcasting and cinema techniques have been identified. The state of transformation and changes in electronic art in the modern world, as well as the factors influencing the rapid changes in the technologies of screen broadcasting, have been analyzed. A general picture of the technology's impact on the development of the modern media space has been formed.

Keywords: cinema; screen broadcasting; technology; Internet; development; media space



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.