

## Діяльність українських дитячих телеканалів «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» крізь призму міжнародного досвіду

У статті розглянуто діяльність українських спеціалізованих дитячих телеканалів «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» порівняно з іноземними дитячими каналами, що транслюються в Україні за допомогою ефірного, кабельного, супутникового телебачення. До переліку іноземних дитячих телеканалів для дослідження ввійшли «Baby TV», «Boomerang», «Cartoon Network», «Gulli», «Jim Jam», «Nick Junior», «Nickelodeon», «TiTi», «Детский», «Детский мир», «Карусель», «Мультимания», «Улыбка ребенка», «Радость моя». Проаналізовано їх концепції, організацію діяльності відповідно до вікової та статевої структури аудиторії, будову ефірної сітки, змістове та типове програмне наповнення. Окреслено основні тренди діяльності спеціалізованих дитячих телеканалів.

**Ключові слова:** спеціалізований дитячий телеканал, іноземний дитячий телеканал, ефірна сітка, контент, тренд.

**В**ступ. У квітні 2012 р. медіахолдинг InterMediaGroup запустив в ефір спеціалізований дитячий телеканал «Піксель», у серпні цього самого року мовлення розпочав дитячий телевізійний канал «ПЛЮСПЛЮС» медіагрупи 1+1 Media. Поява в українському телепросторі одразу двох спеціалізованих дитячих телеканалів суттєво змінила картину телебачення для дітей в Україні. До початку мовлення «Пікселя» та «ПЛЮСПЛЮС» єдиним українським дитячим телеканалом був «Малюк TV», який мовив через сателіт та міські кабельні мережі України з серпня 2009 р. І хоча концепція «Малюк TV» («Розважаючи, навчай і виховуй!») та наповнення ефіру (вітчизняні та закордонні анімаційні фільми, програми, телесеріали тощо) відповідали формату сучасного дитячого телебачення, діяльність каналу не стала істотним зрушенням у процесі побудови якісної та популярної медіаплатформи для дітей в Україні.

Передумови створення телевізійних каналів «Піксель» і «ПЛЮСПЛЮС», результати дослідження щодо практики їх функціонування та типізація контенту за функціональним спрямуванням подані автором у попередніх наукових статтях [1; 2].

Актуальність теми цієї розвідки пов'язана передусім з тим, що з появою конкурентоспроможних, створених потужними медійними гравцями телеканалів «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» український глядач має можливість дивитися якісне, власне українське, дитяче телебачення. Зважаючи на те, що сьогодні українські телекомпанії почали більше уваги приділяти мовленню для дитячої аудиторії, очевидним є покращення статистично кількісне, але питання про якісне – змістове та функціональне – покращення потребує дослідницької уваги. В умовах відкритого світу маємо змогу розглянути діяльність

зазначених телеканалів крізь призму іноземних, досвідчених та популярних, дитячих телеканалів.

Отже, мета статті – проаналізувати діяльність українських спеціалізованих дитячих телеканалів «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» порівняно з іноземними дитячими каналами, що транслюються в Україні ефірним, кабельним і супутниковим телебаченням. Досягнення поставленої мети реалізується виконанням таких завдань:

- визначити перелік іноземних дитячих телевізійних каналів, що поширюються в Україні з допомогою ефірного, кабельного, супутникового телебачення;
- проаналізувати концепції визначених телеканалів, вікову та статеву зорієнтованість їх діяльності, програмну сітку каналу за тиждень, зовнішню організацію, а також змістове та типове програмне наповнення;
- порівняти їх мовлення з організацією роботи «Пікселя» та «ПЛЮСПЛЮС»;
- запропонувати технологію створення інноваційної медійної платформи для української дитячої аудиторії ресурсами спеціалізованого телевізійного каналу для дітей.

Теоретичне підґрунтя становлять праці про телебачення для дитячої аудиторії таких науковців та публіцистів, як О. Білоус, О. Бойко, Н. Данькова, М. Дорош, Ю. Єлісєнко, А. Зайцева, А. Камінська, О. Квашук, А. Кокотюха, К. Кошак, О. Невмержицька, Е. Огар, І. Пенчук, О. Петрунько, Т. Полякова, Н. Темех тощо. Крім того, для теоретичного осмислення теми корисними були розвідки, що стосуються практики функціонування зарубіжного телебачення, – це праці О. Квашук, І. Лапіної, І. Пенчук, О. Петрунько, С. Сіньшен, Р. Харріса, С. Шумаєвої тощо.



Дослідники засвідчують, що світове телебачення, насамперед таких високорозвинених країн, як Англія, Німеччина, США, Франція, Японія, реагуючи на глобальні зміни в організації життя сучасної людини та тенденції у соціальній сфері, враховує потреби аудиторії в якісних програмах пізнавально-освітнього та соціалізуючого спрямування. Зокрема, «провідні країни світу високо оцінюють потенціал дитячого телебачення, надаючи перевагу програмам з освітнім, пізнавальним, інформаційним, соціоемоційним і розважальним контентом» [3, с. 136].

**Методи дослідження.** Для виконання поставлених завдань використано такі методи дослідження: теоретичний системний аналіз; метод фактологічного та когнітивного аналізу; концептуально-системний метод; метод типології, систематизації, узагальнення; контент-аналіз; метод наукового спостереження з фіксацією даних за допомогою індивідуального тижневого щоденника; зіставно-порівняльний та описовий методи; метод прогнозованої оцінки розвитку.

Згідно з даними дослідження Європейської аудіовізуальної обсерваторії, ринок дитячих телеканалів у Європі налічує близько 320 телеканалів (станом на 2013 р.). Найбільший та найпопулярніший інтернет-довідник «Вікіпедія» до списку американських кабельних та супутникових телемереж включив понад 25 назв категорії «дитячі» [4; 5]. Враховуючи таку велику

кількість спеціалізованих телевізійних каналів для дитячої аудиторії у світі, а також зважаючи на технічний та мовний бар'єри, за джерельну базу дослідження було обрано іноземні телеканали для дітей, які мовлять на території України (ефірні, кабельні та супутникові).

У рамках дослідження із реєстру операторів, провайдерів телекомунікацій (згідно зі ст. 1 Закону України «Про телекомунікації» від 18.11.2003: оператор/провайдер телекомунікацій – це суб'єкт господарювання, який має право на здійснення діяльності у сфері телекомунікацій із правом/без права на технічне обслуговування та експлуатацію телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку [6]) були відібрані загальнонаціональні – ті, які вказали територією здійснення своєї діяльності Україну, а не окремі міста чи області. Крім того, за допомогою моніторингу ринку послуг кабельного та супутникового зв'язку визначено найбільш поширених та потужних телекомунікаційних операторів/провайдерів на території України, які акумулюють навколо себе найбільшу кількість каналів. У результаті аналізу їхніх пакетів послуг складено повний список телеканалів для дітей (регіональні канали до уваги не бралися), які можуть бути доступні українському глядачеві. Далі докладніше.

Нині Україна здійснює перехід на цифрове телебачення, тому пакет каналів ефірного теле-

Таблиця 1.  
Телевізійні канали для дитячої аудиторії у пакетах послуг провайдера «Воля»

Пакет послуг	Основний					Додатковий	
	Легкий	Стартовий	Оптимальний	Оптимальний HD	Преміальний HD	Дитячий	
Канали	«Baby TV»			•	•	•	
	«Boomerang»					•	•
	«Cartoon Network»		•	•	•	•	
	«Gulli»						•
	«Jim Jam»					•	•
	«Nick Junior»					•	•
	«Nickelodeon»				•	•	
	«TiJi»					•	•
	«Дитячий (Детский)»		•	•	•	•	
	«Дитячий світ (Детский мир)»					•	
	«Карусель»			•	•	•	
	«Малютко TV»	•	•	•	•	•	
	«Моя дитина»	•	•	•	•	•	
	«Мультимания»					•	•
	«Піксель»	•	•	•	•	•	
	«ПЛЮСПЛЮС»	•	•	•	•	•	
«Посмішка дитини (Улыбка ребенка)»					•	•	
«Радість моя (Радость моя)»					•	•	



бачення розглядаємо на прикладі національної цифрової телемережі «Т2», яка пропонує глядачеві 32 безкоштовні загальнонаціональні телеканали. Серед них лише один дитячий – «Піксель».

Провідний український загальнонаціональний провайдер кабельного телебачення «Воля» пропонує п'ять основних пакетів послуг (легкий, стартовий, оптимальний, оптимальний HD, преміальний HD. Вартість – від 39,90 грн/міс. до 249 грн/міс.). Крім того, до основних пакетів «Стартовий» та «Оптимальний» можна замовити на вибір один із п'яти додаткових преміальних пакетів (серед них є «Дитячий». Вартість – 25 грн/міс.). Дані щодо телевізійних каналів для дитячої аудиторії, пропонувані у пакетах послуг провайдера «Воля», зведено до таблиці 1.

З операторів супутникового телебачення наведемо для прикладу компанію «Віасат» (Viasat), яка є частиною «Модерн Таймс Груп» (Modern Times Group) – одного з найбільших операторів платного телебачення в країнах Західної та Східної Європи, а також в країнах Балтії та Скандинавії. «Віасат» стала першим ліцензованим провайдером цифрового супутникового телебачення в Україні. До того ж, згідно з даними «GFK» (Gesellschaft für Konsumforschung – Товариство споживчих досліджень), компанія «Віасат» є лідером платного супутникового телебачення в Україні (обслуговує 31 % усіх супутникових сімейств) [7].

«Віасат» пропонує чотири пакети послуг: домашній, престижний, престижний HD, престижний HD преміум. Абонплата – від 79 грн/міс. до 199 грн/міс.).

Крім «Віасат», послуги платного супутникового телебачення на території України пропонують такі потужні оператори, як «НТВ ПЛЮС Україна» та «XTRA TV». Вони передають такі телеканали для дитячої аудиторії: «Baby TV», «Cartoon Network», «Jim Jam», «Nick Junior», «Nickelodeon», «Nickelodeon HD», «TiJi», «Дитячий світ (Детский мир)», «Карусель» (див. Табл. 2).

Якщо звести наведені дані, то отримаємо список українських загальнонаціональних та іноземних спеціалізованих дитячих телеканалів, які можуть скласти телеменю дитини-глядача в Укра-

їні: «Baby TV», «Boomerang», «Cartoon Network», «Gulli», «Jim Jam», «Lale», «Nick Junior», «Nickelodeon», «Nickelodeon HD», «TiJi», «Детский», «Детский мир», «Карусель», «Малютка TV», «Моя дитина», «Мультиманія», «Піксель», «ПЛЮСПЛЮС», «Улыбка ребенка», «Радость моя». Далі розглянемо основні параметри їх діяльності та порівняємо ці медіа із телеканалами «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС». У процесі дослідження зі списку прибираємо такі канали: «Lale» – регіональний кримськотатарський дитячий канал; «Nickelodeon HD» – той самий канал «Nickelodeon», тільки якість зображення передається у високій чіткості (англ. high-definition television, HDTV); «Малютка TV» – український супутниковий телеканал; «Моя дитина» – канал, присвячений проблемам виховання дітей (орієнтується на батьків, а також тих, хто чекає на дитину).

Отже, у рамках дослідження розглянемо діяльність таких іноземних спеціалізованих дитячих телеканалів:

1. «Бейбі ТiVi» («Baby TV» – США; стартував у грудні 2003 р.) – цілодобовий некомерційний телевізійний канал для дітей до трьох років та їхніх батьків. Канал пропонує програми для розвитку дитини, створені у співпраці з експертами – педіатрами, педагогами, психологами. Метою мовлення є розвиток та навчання маленьких глядачів, виховання активного здорового способу життя, мотивація сімейного спілкування.

2. «Бумеранг» («Boomerang» – США; квітень 2000 р.) – дитячий телеканал, що спеціалізується на цілодобовому показі класичних мультфільмів здебільшого авторства «Уорнер Бразерс» (Warner Brothers), «Метро Голден Майер» (Metro-Goldwyn-Mayer) та «Ханна-Барбера» (Hanna-Barbera). Гасло каналу – «Бумеранг: усе повертається до Вас» («Boomerang: It's all coming back to you»). В ефірі «Бумеранга» немає реклами.

3. «Картун Нетворк» («Cartoon Network» – США; жовтень 1992 р.) – на сьогодні найбільший у світі мультиплекційний канал для дитячої аудиторії. Веде мовлення у форматі високої чіткості 1080i.

4. «Гюлі» («Gulli» – Франція; листопад 2005 р.) – телеканал для дітей та підлітків, який прагне

Таблиця 2.  
Телевізійні канали для дитячої аудиторії у пакетах послуг провайдера «Віасат»

Пакет послуг		Домашній	Престижний	Престижний HD	Престижний HD Преміум
Канали	«Cartoon Network»	•	•	•	•
	«Lale»	•	•	•	•
	«Nickelodeon»	•	•	•	•
	«Дитячий» (Детский)	•	•	•	•
	«Малютка TV»	•	•	•	•
	«Піксель»	•	•	•	•
	«ПЛЮСПЛЮС»	•	•	•	•



задовольнити дедалі більшу дитячу цікавість та допомогти дітям пізнавати навколишній світ у розважальній формі.

5. «Джим Джам» («Jim Jam» – Італія; жовтень 2006 р.) – дитячий телеканал, який засобами мультиплікації та серіалів в ігровій формі навчає маленьких глядачів гарно себе поводити.

6. «Нік Джуніор» («Nick Junior» – США; лютий 1999 р.) – телеканал для дошкільників. У програмній сітці – переважно оригінальний контент, вироблений ексклюзивно для дитячого телеканалу «Nickelodeon».

7. «Нікелодіон» («Nickelodeon» – США) – дитячий телевізійний канал, створений у грудні 1977 р. під назвою «Pinwheel». З 1979 р. почав мовлення по всій території США як «Nickelodeon». Зараз транслюється майже всіма мовами по всьому світу.

8. «Тіжі» («Ti Ji» – Франція; грудень 2000 р.) – телеканал для дошкільнят, адаптований до ритму життя маленьких дітей та їхніх батьків. Телепоказ супроводжує малюків у відкриттях протягом всього дня, створюючи атмосферу любові, добра та турботи.

9. «Дитячий» («Детский» – Росія; липень 2006 р.) – універсальний сучасний освітній телеканал для дітей. Позиціонується як платформа для зв'язку між поколіннями: в легкій і доступній формі транслює «вічні» цінності та ідеали.

10. «Дитячий світ» («Детский мир» – Росія; листопад 1997 р.) – дитячий телеканал, на якому представлені переважно мультфільми часів СРСР, дитячі фільми та казки.

11. «Карусель» (Росія; грудень 2010 р.) – державний дитячо-юнацький телеканал, створений за Указом президента Російської Федерації. Канал включений у пакети обов'язкових для безкоштовного розповсюдження в мережах ефірного, кабельного та супутникового цифрового телебачення. Програмна політика каналу спрямована на поєднання освіти та розваги.

12. «Мультиманія» («Мультимания» – Латвія; грудень 2005 р.) – дитячий розважальний канал для всієї родини, в ефірі якого представлені найкращі зразки вітчизняної та зарубіжної анімації.

13. «Посмішка дитини» («Улыбка ребенка» – Росія; вересень 2007 р.) – дитячий християнський телеканал, створений під патронатом асоціації християнських церков «Союз християн». Його місія – безпечне і добре телебачення для дітей на основі християнських цінностей.

14. «Радість моя» («Радость моя» – Росія; січень 2008 р.) – дитячий сімейний освітній телеканал. Пропонує глядачам культурно-просвітницькі, освітні та дитячі програми власного виробництва. Політика каналу відповідає православному традиціям. У сітці мовлення немає реклами.

Перейдімо безпосередньо до висвітлення результатів дослідження практичної діяльності

іноземних спеціалізованих телеканалів для дитячої аудиторії порівняно з українськими («Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС»). Практику діяльності визначаємо за такими параметрами: вікова орієнтація телеканалу, на яку стать орієнтується телемовник, зовнішня організація тижневої сітки мовлення, розподіл контенту за типами, функціональне спрямування.

I. Наукові розробки вчених-теоретиків, вітчизняні і зарубіжні соціологічні дослідження підтверджують наявність вікових груп аудиторії дитячого каналу, для яких характерні певні вимоги та потреби у тих або тих телепрограмах. Дотримуючись чіткого розподілу телепередач з урахуванням психічного і вікового розвитку дитини, телевиробники можуть досягнути високих результатів у створенні якісного дитячого телепродукту, адже ефективність творчих зусиль залежить серед іншого і від того, наскільки точно тематика та форма передач відповідають інтересам дитячої групи [8, с. 59].

Вікову орієнтацію визначених телеканалів наведено у таблиці 3.

Своєю чергою, цільова вікова аудиторія телеканалу «Піксель» – діти від народження до 6 років. «ПЛЮСПЛЮС» орієнтується на дітей дошкільного та шкільного віку (3–18 років).

II. Щодо статевої орієнтації, то жоден із аналізованих телеканалів не позиціонує себе як те-

Таблиця 3.  
Вікова орієнтація іноземних спеціалізованих дитячих телеканалів, що поширюються в Україні з допомогою ефірного, кабельного, супутникового телебачення

Вік аудиторії, на яку орієнтоване мовлення	Телеканал
До 3-х років	«Baby TV» «Nick Junior»
2–18 років	«Nickelodeon» * У телепрограмі каналу передбачено маркування щодо вікового обмеження тої чи тієї програми: 2–5, 3–5, 5–10, 6–11, 6–14, 8–11, 8–14, 10–16, 12–18, 13–16
3–6 років	«Boomerang»
3–11 років	«Улыбка ребенка»
3–18 років	«Радость моя» * Велику кількість своїх програм канал рекомендує для сімейного перегляду
4–10 років	«Jim Jam» «Ti Ji»
6–12 років	«Cartoon Network» «Дитячий (Детский)» «Мультиманія»
6–15 років	«Gulli»
Без визначеної вікової групи	«Дитячий світ (Детский мир)» «Карусель»



леканал винятково для дівчат або для хлопців. У телепрограмі інколи можна побачити вказівку про призначення програми чи серіалу для представників тієї чи тієї статі (наприклад, програма «Girls only» («Тільки дівчата») на телеканалі «Детский»). Але це стосується програм для більш дорослої і соціалізованої аудиторії (підлітків, учнів старших класів) – статеві диференціація пов'язана зі стереотипами та шаблонами гендерних уявлень. Переважно редакційна політика дитячого телеканалу оминає розмежування аудиторії за статевою ознакою. Але дослідники відзначають, що глядачам-хлопчикам приділяється менше уваги, ніж глядачкам.

Вважається, що до трьох років немає великої різниці між статями. У деяких мовах про малюків говорять у середньому роді. Проте наявність психологічних відмінностей між дорослими представниками чоловічої та жіночої статей ні у кого не викликає сумніву. Вчені виявляють середньостатистичні відмінності між чоловіками і жінками в низці моторних і когнітивних функцій. Статеві відмінності охоплюють доволі широке коло властивостей. Незважаючи на велику кількість досліджень з психологічних особливостей чоловіка і жінки, експериментальних даних з цього питання недостатньо і вони часто є суперечливими. Це свідчить про складність проблеми статевої диференціації.

Уявлення про гендер сформовані під дією культури і суспільства. Наші знання про гендерну поведінку складаються у процесі соціалізації, часто під впливом друзів, родичів, медіа, соціальних інститутів тощо. У дитини двох років більшість гендерних відмінностей не вроджені, а набуті (з народження суспільство приписує навіть відповідні кольори та іграшки окремо хлопцям та дівчатам). Таким чином, у цьому питанні мовникам доречно займати таку позицію: для гармонійного розвитку дитини важливо сприймали її не як хлопчика чи дівчинку, а насамперед як особистість. Доведено, що в суспільному та особистому житті найбільш адаптивними і продуктивними є ті чоловіки і жінки, які гармонійно поєднують психологічні ознаки обох статей, зберігаючи при цьому чітку статеву ідентичність [9].

III. Зовнішню організацію ефіру обраних для аналізу телеканалів розглянемо на основі сітки мовлення. Згідно з визначенням у ст. 1 Закону України «Про телебачення і радіомовлення», сітка мовлення – це «документ, що містить перелік, послідовність, назву, час виходу в ефір теле- чи радіопрограм, теле- чи радіопередач і відображає основні напрями програмної концепції мовлення на конкретний період» [10]. Ефірна сітка складається на кожен день мовлення та об'єднується у тижневий, місячний, річний блоки. Тиждень – основний цикл на телебаченні, тому вважаємо, що для висновків про структуру ефіру досить аналізу сітки мовлення у межах

одного тижня (крім випадків, коли йдеться про питання сезонності ефіру).

Зазначимо, що політика програмування телеканалу залежить, по-перше, від джерела фінансування: державний некомерційний канал розраховує на підтримку держави, ефірний комерційний – заробляє на продажу ефірного часу рекламодавцям, кабельний/супутниковий телеканал фінансується за рахунок абонентської плати. Це створює різні умови існування і вимагає від телемовників відповідної програмної діяльності. По-друге, програмування телеканалу залежить і від його формату: дитячий телеканал порівняно з каналом загальної орієнтації може меншою мірою зважати на такі чинники програмування, як прайм-тайм, день тижня, сезонність телеперегляду, соціальна активність глядачів.

Прайм-тайм для дорослої аудиторії – це час з 19:00 до 23:00. Для дитячої аудиторії прайм-тайм не має чітко визначених меж: для наймолодших глядачів «найкращі» години для телеперегляду визначають батьки, прайм-тайм школярів молодших та середніх класів зміщається на період після школи до приходу батьків з роботи – з 15:00 до 22:00. Крім того, працівники дитячих редакцій зважають на те, що вечір є часом спільного перегляду з дорослими телевізійних каналів загального спрямування.

День тижня, будній чи вихідний, не відіграє такої значної ролі у телеперегляді дитини, як у дорослого, тому часто ефірна сітка вихідного дня дитячого телеканалу суттєво не відрізняється від ефіру буднього. Для дорослої ж аудиторії ефірна сітка формується окремо з понеділка по четвер, на вечір п'ятниці та на вихідні дні.

Сезонність телеперегляду – це зміни у ефірному програмуванні відповідно до осінньо-зимового (вересень–травень) та весняно-літнього (червень–серпень) періодів. Знову ж таки для дитячого телеканалу така сезонність є умовною. Редакція каналу для дітей орієнтується більше на канікулярні періоди протягом року.

Щодо соціальної активності, то для телеканалу, орієнтованого на дорослих, важливо вивчати аудиторію в аспекті трудової зайнятості (різні умови та графіки роботи; відсоток незайнятого населення працездатного віку, пенсіонерів). Дитячому телеканалу легше орієнтуватися, бо є сталі інститути дошкільного та шкільного виховання із затвердженими програмами та фіксованими часовими рамками. Зрозуміло, що є винятки, але загалом соціальна активність дитини та підлітка в нормована та стала.

Під час формування сітки мовлення є кілька варіантів розміщення програм у ефірі: вертикальне, лінійне і блокове програмування. При вертикальному програмуванні програма ставиться в сітку один раз на тиждень. Лінійний підхід передбачає розміщення програм щодня в той самий час. Програмування блоками – це коли ті самі програми повторюються



в ефірі телеканалу кілька разів протягом дня. Блокове програмування є оптимальною та найпоширенішою формою організації ефіру для кабельних каналів у всьому світі [11].

Крім того, є поняття зонального програмування, коли програми ставляться в ефір з урахуванням вільного часу потенційної аудиторії. Відповідно до принципів зонального програмування ранок на дитячому телеканалі програмується з урахуванням інтересів усієї аудиторії. Далі – програми для тих, хто залишається вдома (наприклад, дошкільники або учні другої зміни). Після них ставляться програми для школярів першої зміни. Вечірня програма, як і ранок, менш спеціалізована й орієнтована на всі групи глядачів.

Отже, у результаті розгляду зовнішньої організації тижневої сітки мовлення іноземних спеціалізованих дитячих телеканалів, що поширюються в Україні з допомогою ефірного, кабельного, супутникового телебачення, можна зробити такі висновки:

1) телеканали здійснюють мовлення у режимі 24/7 (двадцять чотири години, сім днів на тиждень), окрім телеканалу «Дитячий світ» («Детский мир»), який мовить щоденно з 02:00 до 20:00 (18 годин). При організації ефірної сітки деякі канали сегментують ефір на часові періоди (наприклад, «Карусель» – ранок (06:00–12:00), день (12:00–18:00), вечір (18:00–00:00), ніч (00:00–06:00);

2) наповнення ефірної сітки будніх (пн.-пт.) та вихідних (сб., нд.) днів: а) не відрізняється («Baby TV», «Boomerang», «Gulli», «Jim Jam», «Nick Junior», «TiJi», «Детский мир»); б) відрізняється не суттєво («Nickelodeon»); в) відрізняється суттєво («Cartoon Network», «Детский», «Карусель», «Мультимания», «Улыбка ребенка»);

3) для організації сітки мовлення визначені телеканали використовують блокове та лінійне програмування. При лінійному – під одним заголовком у різні дні в ефір виходять різні епізоди одного серіалу або подальші випуски програм (наприклад, у телепрограмі зазначено 11:05 «Кайю» – це означає, що в понеділок покажуть третю серію, у вівторок – четверту тощо; або під заголовком «Кінопоказ» чи «Х/ф» (художній фільм), який зафіксовано програмою у незмінний час, транслюють різні кінокартини). Також політикою каналу для наймолодших глядачів може бути передбачений повтор одного і того самого випуску кілька днів поспіль, і тільки після цього перехід до наступного епізоду («Nickelodeon»).

Прикладом блокового програмування є ефір телеканалів «Boomerang» (складається з 4-годинного ефірного блоку та п'яти технічних повторів цього блоку протягом дня) та «Улыбка ребенка» (6-годинний ефірний блок та три технічних повторів). В окремих випадках програмування ка-

налу здійснюється на основі повтору тематичних блоків. Наприклад, на «Baby TV» ефір почергово представлений програмами таких блоків: «Перші уявлення про речі», «Ігри на вгадування», «Музика та малювання», «Природа та тварини», «Зав'язування дружби», «Рухливі ігри», «Час сну», «Пісні та вірші», «Уява та творчість»;

4) телеканали практикують розміщення програм в ефірі способом групування, коли програми одного типу або кілька епізодів одного серіалу ставляться у сітці один за одним («Baby TV», «Cartoon Network», «Nickelodeon», «Nick Junior», «Детский», «Карусель», «Мультимания»);

5) для плавного переходу від однієї програми до іншої використовують рекламні блоки, заставки, анонси;

6) нічний тепелоказ становить технічний повтор денного ефіру або показ у режимі non-stop епізодів однієї програми, серіалу, документального фільму тощо.

Телеканали «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» так само мовлять у режимі 24/7. Ефірна сітка «ПЛЮСПЛЮС» поділена на ранковий, денний, вечірній блоки. Наповнення ефіру буднього та вихідного днів суттєво не відрізняється (на «ПЛЮСПЛЮС» у суботу та неділю не транслюють звичні для вечірнього показу будніх днів програми «Знімала мама» та «Казка з татом»). Програмування обох телеканалів – лінійне та блокове. Використовують метод групування програм. Між програмами – реклама, анонси, оригінальні заставки. Нічний кінопоказ на «Пікселі» представлений документальними серіями про природу та тваринний світ; на «ПЛЮСПЛЮС» – мультфільмами у режимі non-stop.

IV. З'ясуємо питання про типове наповнення дитячих телеканалів та функціональне спрямування їх діяльності. Метою спеціалізованого дитячого телеканалу є всебічне виховання, освіта, розвиток та соціалізація підростаючого покоління. Формат дитячого мовлення визначає вибір відповідного контенту: мультиплікація, серіали та художні фільми для дитячої аудиторії, різнопланові студійні дитячі передачі (ігрові, музичні, спортивні, пізнавальні, навчальні), лялькові вистави, реаліті-шоу, ток-шоу, каламбур-шоу, анімовані телевізійні шоу, пізнавальна документалістика, відеоуроки/відеолекції, концерти, кліпи тощо.

Для визначення та уніфікації програмного наповнення ефіру досліджуваних телеканалів їх контент згруповано за такими типами: анімована програма, дитячий серіал, документальне відео, концерт/вистава, мультиплікаційний фільм/серіал, програма/шоу для дитячої аудиторії, художній фільм, інше. У таблиці 4 представлені усереднені відсоткові частки за тиждень різних типів програмного наповнення ефіру досліджуваних телеканалів.

Для наочної демонстрації варіантів програмування ефіру за типами пропонуємо зведену діаграму (див. Рис. 1).



Своєю чергою, більшу частину мовлення телеканалів «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» (77 % та 93,4 % відповідно) становлять мультфільми та анімовані продукти. Винятки: на «Пікселі» – програма «ТІВІ Абетка» та цикл «Документальний фільм про природу»; на «ПЛЮСПЛЮС» – програми «Казка з татом», «Містер Мейкер», «Знімала мама» та «Єралаш».

Аналіз програмної сітки телеканалів щодо функціонального спрямування показав, що є дитячі телеканали, ефір яких повністю складається з розважальних мультфільмів та мультсеріалів (наприклад, «Cartoon Network»). Незважаючи на це, діяльність більшості досліджуваних нами телеканалів спрямована на розвиток, освіту та соціальну адаптацію глядача. Це свідчить про соціальну відповідальність дитячих телеканалів за зміст програм, а також за пропаговані екраном цінності, зразки та моделі поведінки. Основна частина проаналізованих дитячих телеканалів заповнюють ефір пізнавально-освітнім, пізнавально-навчальним та розважально-виховним контентом. Переважно це анімовані програми/шоу та мультсеріали/фільми – якісний авторський продукт, змістовний, цікавий та, головне, корисний для дітей, такий, що ненав'язливо виховує і навчає глядачів (наприклад, «Маленькі Ейнштейни» («Little Einsteins»), «Даша-слідопит» («Dora the Explorer»), «Уперед, Дієго, вперед!» («Go, Diego, go!»), «Гуппі та бульбашки» («Bubble Guppies»),

«Команда Умізумі» («Team Umizoomi»), «Чудозвірята» («The Wonder pets») тощо).

Потужні успішні медіакомпанії та топові анімаційні студії з багаторічним досвідом роботи у сфері дитячого телемовлення виробляють оригінальний контент, яким наповнюють ефір власних телеканалів та продають для телепоказу по всьому світу в ефірах різних каналів для дитячої аудиторії. Зрозуміло, що телемовці з різних країн, купуючи для свого ефіру популярний закордонний продукт, адаптують переклад під свого глядача, але зміст та форма лишаються оригінальними. Саме вони приваблюють глядача – це свідчить про те, що дітям в усьому світі подобаються одні й ті самі речі.

З появою в українському телевізійному ефірі спеціалізованих дитячих каналів «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» доступ до якісних анімованих продуктів отримала більшість населення (на сьогодні технічне покриття території – близько 65 %). Контент «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» переважно становить імпортований продукт виробництва Бельгії, Великобританії, Італії, Іспанії, Росії, США та Франції.

Обидва телеканали купують іноземний продукт високої якості, популярний у багатьох країнах світу. «Піксель» здебільшого зорієнтований на європейських виробників, тоді як «ПЛЮСПЛЮС» більшою мірою обирає американські продукти. Представлено в ефірах і кра-

Таблиця 4.

Типове наповнення ефіру іноземних спеціалізованих дитячих телеканалів, що поширюються в Україні ефірним, кабельним, супутниковим телебаченням (середня частка протягом тижня у %)

Канал	Тип контенту							
	Анімована програма	Дитячий серіал	Документальне відео	Концерт/вистава	Мультиплікаційний фільм/серіал	Програма/шоу для дитячої аудиторії	Художній фільм	Інше
«Baby TV»	28		3	4	25	5		35
«Boomerang»		16			84			
«Cartoon Network»					100			
«Gulli»		46			40	8	6	
«Jim Jam»	17	19	6,3		57	0,7		
«Nick Junior»					100			
«Nickelodeon»		37,5			62,5			
«TiJi»	6				90	4		
«Детский»		23,6			55,6	14,5	6,3	
«Детский мир»	4,1				65,3		30,6	
«Карусель»*		15,3			69,4	14,6		0,7
		12,5		9	55,2	18,4	4,2	0,7
«Мультимания»					92,3	0,7	7	
«Радость моя»*		6			11,8	71,1	9,7	1,4
		4			8,3	60,3	26	1,4
«Улыбка ребенка»	19,4			1,4	32	47,2		

\* Типове наповнення телеканалів «Карусель» та «Радость моя» через суттєві відмінності в організації ефірної сітки буднього та вихідного дня подано у двох варіантах: верхній показник – середня частка у будній день (пн.-пт.), нижній – у вихідний (сб.-нд.).



ще з того, що наявне на російському телеринку: багатий репертуар Союзмультфільму та «Єралашу», які не втрачають своєї популярності, а також сучасна анімація на зразок «Маша та ведмідь», «Смішарики», «Фіксики».

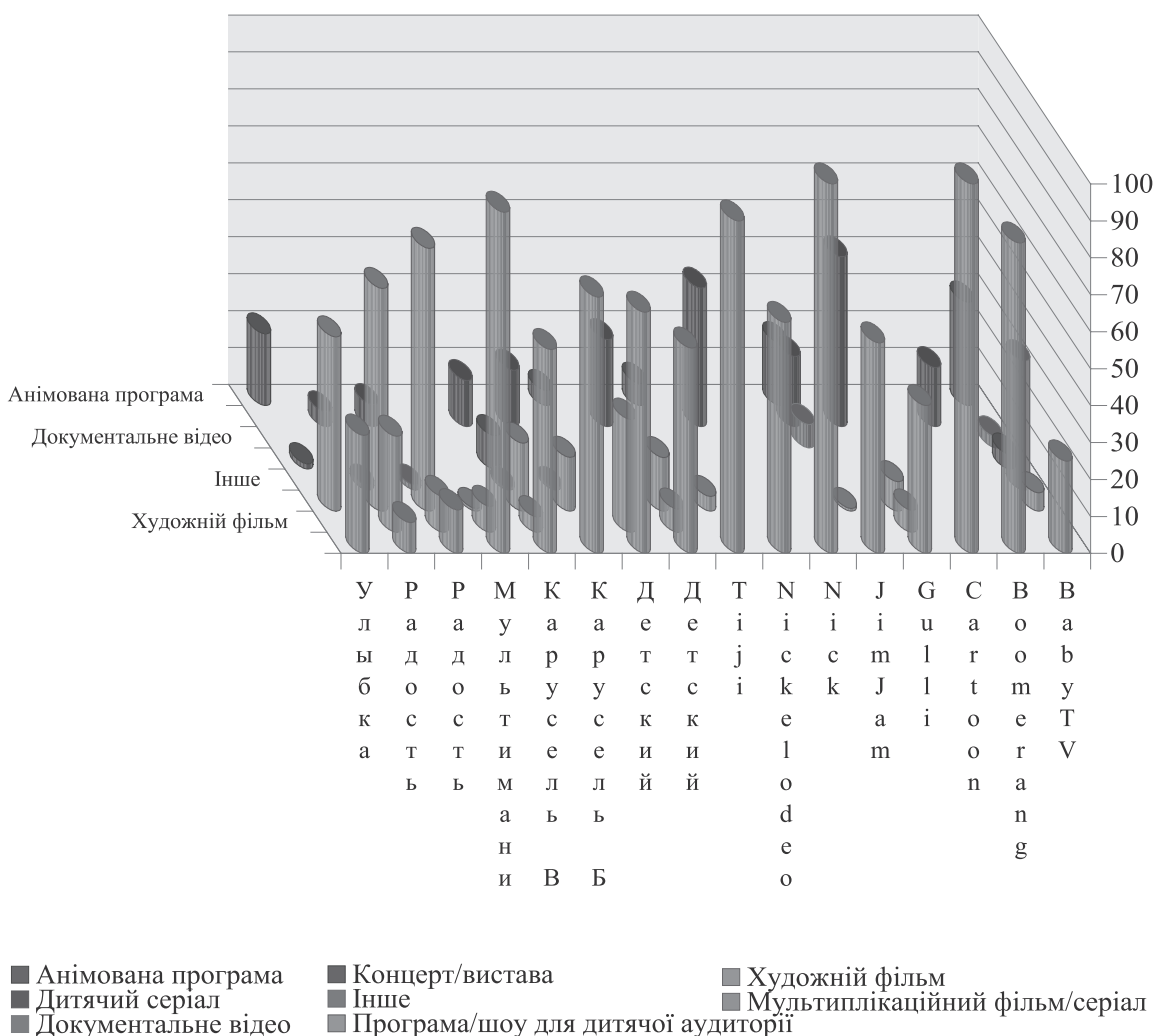
До речі, з досліджуваних телеканалів програмне наповнення державного російського телеканалу «Карусель» виявилось найбільш різноманітним. Ефірна сітка каналу складається з багатьох оригінальних програм, які становлять широку палітру жанрів, форм, варіантів тематичного та змістового наповнення і покликані задовольнити розмаїття дитячих потреб. Окрім мультфільмів та анімованих пізнавально-освітніх серіалів, в ефірі – інтелектуальні вікторини та конкурси; програми для опанування гарних манер та правил етикету; кулінарні шоу; пізнавальні програми про моду, світ, природу; програми, в яких навчають малювати, фотографувати, майструвати, робити фокуси, читати, писати, правильно та гарно розмовляти, спілкуватися англійською; програми, в яких спонукають вести здоровий спосіб життя, займати-

ся спортом, дотримуватися правил дорожнього руху; навчальні програми, які допомагають зі шкільними домашніми завданнями; передачі, що знайомлять з різними професіями; програми, в яких пропонують шляхи вирішення складних ситуацій з повсякденного життя дітей та молоді та налагодження гармонійних дружніх стосунків з однолітками та батьками.

**Висновки.** Таким чином, в ефірі каналу багато програм, які можуть бути використані як взірці з погляду цікавої ідеї та способу її впровадження для організації повноцінного дитячого мовлення в Україні. З метою успішного та ефективного функціонування в умовах сучасного світу телемовник має старанно та прискіпливо аналізувати роботу своїх конкурентів, реально оцінювати якість пропонованого ними продукту, на основі зібраних даних розробляти власну редакційну політику та komponувати ефір.

Отримавши нарешті шанс створити окремий світ для малюків та старших дітей України, бажано, аби вітчизняний ефір був різноманітним, а не лише анімованим. Варто було

Рисунок 1. Програмне наповнення ефіру іноземних спеціалізованих дитячих телеканалів, що поширюються в Україні ефірним, кабельним, супутниковим телебаченням



Наукові записки Інституту журналістики. Том 56. 2014. Листопад – вересень.





б більше демонструвати живих облич, щоб знайомитися з ними в ефірі, давати дитині уявлення про зразкову соціальну модель.

Продукти телебачення для дитячої аудиторії варто фокусувати на сферах, де за допомогою телевізійного мистецтва можна краще й ефективніше вирішити завдання виховання та освіти. З максимальною користю для маленького глядача ТБ може підкріплювати отримані в школі знання, стимулювати дитячу творчість і образне мислення, задавати вектор загального розвитку, формувати у глядачів позитивний настрій і оптимістичну життєву позицію.

Хотілося б, щоб дитяче телебачення спонукало до суспільно корисних справ, активних дій, самостійності, плекало працьовитість, сумлінне ставлення до обов'язків, повагу до старших та бажання їм допомагати. Аксіомою є те, що дитина, мов губка, вбирає все з навколишнього світу, вона наслідують дії, вчинки, ставлення своїх близьких. Тому дитяче телебачення має бути взірцевим не лише для дитини, а й для її батьків. Підказувати, стимулювати до спілкування та навчити, як це робити (наприклад, в ефірі американського телеканалу для наймолодших «Baby First TV» субтитрами йдуть коментарі для батьків).

Спеціалізований дитячий канал, що заявляє про себе як канал для сімейного перегляду, має стати чудовим приводом для спільного проведення часу та спілкування. Дослідники стверджують, що лише в тому комунікаційному процесі утворюються смисли, формуються думки та настанови, коли дитина отримує коментарі й оцінки [12, с. 350]. Якщо батьки будуть поруч під час перегляду телевізора, вони матимуть можливість впливати на сприйняття дитини, пояснюючи або уточнюючи незрозуміле, своєчасно реагуючи на негативний зміст телепередачі, виховувати власним ставленням до зображеного. Гарною ідеєю може бути разом з дитиною вивчити телепрограму на тиждень, обговорити та відібрати програми для перегляду, а потім у потрібний час нагадувати про них малюкові, адже дошкільник не завжди вміє читати та й недостатньо добре орієнтується у часі [13, с. 80]. Така справа може стати чудовою сімейною традицією, що засвідчуватиме батьківське піклування та небайдужість.

Звісно, телебачення має великий позитивний потенціал у справі розвитку та виховання дитини, але не можна не погодитися з думкою української вченої О. Петрунько, яка досліджувала деструктивні впливи телебачення: «Телебачення блокує природні рухи дитини, які є необхідними стимулами для розвитку більш складних рухів та органів чуттів. Разом із цим блокується й спонтанна творчість дітей, яка зазвичай виявляється у дитячій грі. Все це відбувається з дуже простої причини: дитина просто не рухається і не грається, а дивиться телевізор» [12, с. 355].

Для того, щоб уникнути таких негативних наслідків, «Пікселю» та «ПЛЮСПЛЮС» можна було б підготувати для свого ефіру програми, спрямовані на фізичний розвиток дитини, в яких заклика-

тимуть до занять спортом та дотримання здорового способу життя. Це можуть бути програми-зарядки на зразок «Стриб-скок Команда» («Прыг-скок Команда») з ефіру каналу «Карусель» або навіть пізнавально-освітній анімаційний серіал за прикладом серіалу «Даша-слідопит», у якому герої весь час звертаються до маленького глядача по допомогу, яка передбачає активні дії з боку малечі: стрибати, присідати, нахилитися тощо.

Узагалі одним з основних трендів у створенні програм для дитячого телеканалу є використання такої медіатехнології, як ед'ютейнмент (від англ. edutainment – EDUcation (освіта) + enterTAINMENT (розвага)), який зарекомендував себе як дієвий засіб освіти, розвитку, соціалізації.

Дослідження зарубіжних програм на зразок «Вулиця Сезам» («Sesame Street»), «Телепузики» («Teletubbies»), серії «Бейбі ТиВи» («Baby TV»), в яких використовується технологія ед'ютейнмент, рясніють висновками щодо позитивних впливів на інтелектуальний, емоційний, фізичний розвиток дітей.

Звертаємо увагу на ще один важливий, з нашої точки зору, аспект у роботі спеціалізованого телеканалу для дітей – йдеться про етнонаціональний тренд. Сьогодні як ніколи актуальним є питання про захист національної ідентичності, про реальну загрозу інформаційній безпеці. На українському телебаченні відчувається дефіцит передач, створених на базі власне українського соціокультурного досвіду.

Відродження дитячого телебачення має відбуватися у руслі національного відродження. Діяльність телеканалу повинна орієнтувати підрастаюче покоління на цінності української культури, формувати у нього любов до України, прищеплювати дітям почуття гордості за свою країну, поваги до мови і народних традицій. Прикладом позитивної ініціативи з національним забарвленням є запуск у травні 2014 р. на телеканалі «ПЛЮСПЛЮС» серії короткометражних мультфільмів «Це наше і це твоє». Кожний епізод під заголовком «Нам є чим пишатись» розповідає цікаві факти про Україну: географічні особливості, визначні досягнення, винаходи. Проект є соціальною ініціативою каналу, який намагається підтримати Україну у непростий час національної ідентифікації і наповнити серця маленьких українців та їхніх батьків гордістю за свою країну [14].

Помітним та суттєвим трендом у практиці найуспішніших іноземних телекомпаній для дитячої аудиторії вважаємо процес розростання телеканалу в потужну медіаплатформу – коли навколо телеканалу та його концепції виникає популярний інтернет-ресурс; запускають радіо-хвилю; починається масове виробництво іграшок з графічним оформленням телеканалу, які можуть бути персонажами його оригінальних програм; друкуються книжки, комікси, дитячі журнали, серії наліпок та розмальовок на базі змісту телефіру; телеканал стає ініціатором та організатором проведення активного дозвілля за участю глядачів, масштабних соціаль-



них акцій тощо. На сьогодні телеканали «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» створили змістовні та якісні інтернет-сайти, працюють над програмами власного виробництва («Піксель» – «Тіві Абетка», «ПЛЮСПЛЮС» – «Казка з татом», «Корисні підказки», «Це наше і це твоє»), відповідально ставляться до змістового наповнення та функціонального спрямування програм, що вимагає від них дитячий формат, активізують діяльність у сфері дозвілля, проведення акцій та конкурсів, розширюють покриття. Тут доречно згадати, що доктор наук із соціальних комунікацій І. Пенчук, говорячи про здобутки міжнародного дитячого телебачення, підкреслила, що запорука його успіху полягає в тому, щоб «мати вищу мету та докласти більше зусиль» [3, с. 128].

1. *Загороднюк В. Є.* Передумови створення та практика функціонування дитячих телеканалів «Піксель» та «ПЛЮСПЛЮС» / В. Є. Загороднюк // Актуальні питання масової комунікації : науковий журнал / голов. ред. В. В. Різун ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2013. – Вип. 14. – С. 120–127.

2. *Загороднюк В. Є.* Контент телеканалу «Піксель»: функціональне спрямування / В. Є. Загороднюк // Теле- та радіожурналістика : науковий журнал / голов. ред. В. В. Лизанчук ; ЛНУ імені Івана Франка. – Львів, 2014. – Вип. 13. – С. 214–225.

3. *Пенчук І. Л.* Телебачення для дітей в Україні: інформаційно-емоційний і змістовно-тематичний потенціал : дис. ... д-ра наук із соц. комунік. : 27.00.04 / І. Л. Пенчук ; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2012. – 423 с.

4. *В Європе* збільшується кількість дитячих телеканалів [Електронний ресурс] // POSITIME – читай в удовольствие. – 06.06.2013. – URL: <http://positime.ru/in-europe-an-increasing-number-of-childrens-television> (07.2014).

5. *List of United States cable and satellite television networks* [Електронний ресурс] // Wikipedia. – 26.07.2014. – URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_United\\_States\\_cable\\_and\\_satellite\\_television\\_networks#Kids\\_and\\_Family](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_United_States_cable_and_satellite_television_networks#Kids_and_Family) (07.2014).

6. *Закон України «Про телекомунікації»* [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. – URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1280-15> (07.2014).

7. *Про компанію «Віасат»* [Електронний ресурс] // Цифрове телебачення «Віасат». – URL: <http://www.viasat.ua/pages/companiy> (07.2014).

8. *Пенчук І.* Вікові особливості сприйняття дитячих програм на телебаченні (міжнародний досвід) / І. Пенчук // Теле- та радіожурналістика. – 2009. – Вип. 8. – С. 58–67.

9. *Виховання різностатевих дітей: особливості хлопчиків і дівчаток* [Електронний ресурс] // А як? – URL: <http://a-yak.com/vixovannya-riznostatevix-ditej-osoblivostixlopchikov-i-divchatok/> (07.2014).

10. *Закон України «Про телебачення та радіомовлення»* [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. – URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3759-12> (07.2014).

11. *Масс Медиа: программирование на ТВ* [Електронний ресурс] // Broadcasting. – URL: <http://broadcasting.ru/articles2/content/mass-media-programmirovaniye-na-tv> (07.2014).

12. *Петрунько О. В.* Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі : [монографія] / О. В. Петрунько. – Полтава : ТОВ НВП «Укрпромторгсервіс», 2010. – 480 с.

13. *Сыч В. Д.* Технические средства обучения в детском саду / В. Д. Сыч. – М. : Просвещение, 1989. – 95 с.

14. *Канал «Плюсплюс»* запускає серію мультфільмів про Україну [Електронний ресурс] // Телекритика. – URL: <http://www.telekritika.ua/rinok/2014-04-29/93163> (07.2014).

Подано до редакції 30. 09. 2014 р.

### **Zagorodniuk Vladyslava. The activities of Ukrainian children's TV channels «Pixel» and «PLUSPLUS» through the prism of international experience.**

The article examined the activities of Ukrainian specialized children's channels «Pixel» and «PLUSPLUS» in comparison with foreign children's channels that apply in Ukraine by air, cable, satellite television. In the list of foreign children's TV channels for this research included: «Baby TV», «Boomerang», «Cartoon Network», «Gulli», «Jim Jam», «Nick Junior», «Nickelodeon», «TiJi», «Detskiy», «Detskiy Mir», «Carousel», «Multimania», «Ulybka rebenka», «Moya radost». Analyzed their concept, age and sex activity organization, structure ethereal nets, informative and typical software content. Denoted the main trends of activities of the specialized children's channels.

**Keywords:** specialized children channel, foreign children TV channel, ethereal Net, content, trend.

### **Загороднюк В. Е. Деятельность украинских детских телеканалов «Пиксель» и «ПЛЮСПЛЮС» в контексте международного опыта.**

В статье рассмотрена деятельность украинских специализированных детских телеканалов «Пиксель» и «ПЛЮСПЛЮС» в сравнении с иностранными детскими каналами, транслирующимися в Украине с помощью эфирного, кабельного, спутникового телевидения. В перечень иностранных детских телеканалов для исследования вошли «Baby TV», «Boomerang», «Cartoon Network», «Gulli», «Jim Jam», «Nick Junior», «Nickelodeon», «TiJi», «Детский», «Детский мир», «Карусель», «Мультимания», «Улыбка ребенка», «Радость моя». Проанализированы их концепции, организация деятельности в соответствии с возрастной и половой структурой аудитории, построение эфирной сетки, содержательное и типовое программное наполнение. Определены основные тренды деятельности специализированных детских телеканалов.

**Ключевые слова:** специализированный детский телеканал, иностранный детский телеканал, эфирная сетка, контент, тренд.