

РЕКЛАМНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКИЙ КОНТЕКСТ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В НІМЕЧЧИНІ

У статті досліджено рекламно-пропагандистський контекст розвитку дитячого радіомовлення Німеччини в розрізі жанрового, тематичного, видового та кількісного різноманіття дитячих радіопрограм.

Ключові слова: дитяча радіограма, дитяча радіостанція, радіовистава, радіогра, радіодрама, радіоказка.

Осмислення дитячого радіомовлення неможливе без усвідомлення його рекламного контексту, зародження та основних етапів розвитку. Для визначення контексту, у якому розвивалося радіомовлення для молодших слухачів у нашій країні, важливим є розуміння зарубіжних здобутків у цій галузі. З метою дослідження історії та сучасного стану розвитку системи дитячого радіомовлення та рекламної комунікації в ньому заслуговує на увагу детальний розгляд досвіду Німеччини.

Зародившись майже одночасно у 1920–1930-х рр. у більшості країн, дитяче радіомовлення розвивалося, однак, за різними напрямками. Так, радіограми для молодших слухачів у Північній Америці створювали за рахунок рекламодавців. Дитяче радіомовлення в країнах з тоталітарним режимом мало (СРСР) і зберігає (Китай) ідеологічну функцію. Існування дитячого радіомовлення в Європі забезпечувалося фінансуванням благодійних фондів та організації, тому програми були максимально наближені до потреб дитини.

Як в Україні, так і у всьому світі, закінчення “золотої ери” радіомовлення загалом і дитячого зокрема, яке настало в 1960-х рр., зменшило в рази кількість слухачів дитячих програм. Слухачами радіо в ці роки були тільки прихильники живого слова, яке залишає простір для уяви та фантазії. З іншого боку, у всі часи дитячі радіограми об’єднувала потреба дітей у розвагах, навчанні, музиці та спілкуванні.

Історію радіо зарубіжних країн через призму рекламної комунікації вивчали Л. Клюкнер [9], Г. Ортрівано [13], Г. Круг [10]; П. Хейунг [7] Б. Макніл [11] та ін. Зародження радіомовлення в Німеччині відображено в працях А. Бернд-Петера [4], історія дитячого радіо у Федеративній Республіці викладена в роботі Х. Хейдтманна [8]. Розглядав дитячі радіограми в контексті історії німецького радіомовлення К. Досель [6], до теми дитячого радіомовлення у своїй монографії звертався Г. Круг [10]. Німецьку хвилю від класичних медіа до новітніх технологій досліджувала В. Гоян [3].

Мета статті полягає в дослідженні рекламного контексту розвитку дитячого радіомовлення Німеччини в розрізі жанрового, тематичного, видового та кількісного різноманіття дитячих радіопрограм.

Першим жанром, який розкрив свій рекламний потенціал в розвитку дитячого радіомовлення Німеччини стала радіогра. У 1924 р. для найменших слухачів з’явилася перша неперіодична дитяча радіограма, яка являла собою запис п’єс лялькових театрів. У 1925 р. пролунала перша музична дитяча радіограма, періодичними стали радіограми у формі казки. Сценарії таких радіограм створювали сценаристи дитячих театральних труп і лялькових театрів шляхом накладання музики та шумових ефектів на вже існуючу постановку. Схожим шляхом пішло й радянське дитяче радіомовлення, але декількома роками пізніше. З 1929 р. записані на плівку радіограми виставляли на продаж, однак як програвачі, так і плівка, були дорогими, тому більшість населення не мала можливості їх придбати. Навіть у 1970-х рр. тільки середній клас міг собі дозволити придбати такі записи [6, с. 32–45].

До кінця 20-х рр. ХХ ст. у Німеччині все помітніше ставала тенденція до створення пропагандистських радіограм та творами класичної літератури. Такі передачі були адресовані дітям віком до 10 років. Для школярів згодом з’явилися радіопостановки в жанрі драми, конкурси та розіграші. Та всі ці нововведення у сфері дитячого радіомовлення відбувалися на тлі складних політичних перетворень у Німеччині, тому, як і в радянській Україні, одним з основних завдань дитячого радіомовлення стала політична пропаганда [6, с. 51–60].

У період націонал-соціалізму (30–40-ві рр. ХХ ст.) Й. Гебельс визначив радіо як “найважливіший елемент впливу на маси” [8, с. 8–9]. Тоді створений “Volksempfänger” (“Дешевий радіоприймач”) почали масово поширювати як засіб розваг та агітаційного впливу. У ті роки в СРСР на найбільших площах міст та сіл, на заводах до стовпів прикріплювали гучномовці, які робили всіх жителів слухачами ідеологічно вивірених політичних повідомлень. “В повоєнний час відбувся розквіт дитячого радіомовлення, який поступово гальмувався з поширенням телевізійних технологій, касет, компакт-дисків, а згодом Інтернету” [2, с. 41]. Дослідник історії німецького радіомовлення Х. Хейдтманн відзначає зниження інтересу політичних сил до дитячого радіомовлення, яке спостерігалось в повоєнні роки, коли в ефір повернулися радіовистави, створені за мотивами класичної дитячої літератури [8, с. 8–9]. З роками основна функція ра-

діомовлення Німеччини з пропагандистської змінилася на культурно-мистецьку, з'явилися нові проекти, однак найрейтинговішим залишився жанр казки, що виправданий сьогодні з огляду на вікові потреби дитячої аудиторії.

Найбагатшими на дитячі радіопрограми, які не лише постійно виходили в ефір, а й відзначалися багатою тематичною та жанровою різноманітністю, були 1950-ті рр. Щодня в ефірі місцевих радіостанцій можна було почути не лише радіоп'єси, вечірні казки, освітні радіопрограми для найменших слухачів, а й програми для підлітків та юнацтва, популярним жанром дитячого радіомовлення стала радіодрама.

На розквіт телемовлення 1960-х рр. радіомовлення загалом, а дитяче зокрема відреагувало спадом темпів розвитку як у Німеччині, так і в Україні. Дослідниця Штутгартського університету прикладних наук А. Мюнх так описує розвиток радіомовлення Німеччини в наступні десятиліття: "Публічні дебати кінця 60-х рр. ХХ ст. про нові підходи до освіти, антиавторитарну й визвольну педагогіку загальмували розвиток дитячого радіомовлення аж до середини 1970-х рр." [12]. Відсутність інтересу молодшої аудиторії радіомовлення змусила авторів радіопрограм робити сценарії більш реалістичними. У ті роки з'явилися програми "Der grüne Punkt" ("Зелена крапка" на радіо "SDR"), "Rotlicht" ("Червоне світло" на "WDR"). Жодна дитяча радіопрограма не обходилася без активної консультації з учителями та батьками. Технічні можливості дали змогу трансформувати радіогру. До дитячого радіомовлення 1970-х рр. прийшов авангард у вигляді пісень К. Вайля і Г. Ейслера, які через свої твори передавали дух безглуздості війни та відкривали силу справжнього щастя [12].

До кінця 1960-х рр. записи радіоп'єс уже на касетах стали на стільки популярними, що радіомовники відповіли на цю тенденцію різким скороченням кількості дитячих радіопрограм, залишаючи в ефірі переважно музичні дитячі радіопрограми. У 1970-х рр. продовжився процес здешевлення касет. У 1988 р. було продано 25 млн касет з дитячим аудіоматеріалом на них. Наступним всплеском у розповсюдженні дитячих радіопрограм стало введення в обіг CD-дисків та засобів Інтернет.

В 1980-х рр. більшість радіостанцій зводили дитячі радіопрограми в жанр казки, позбавляючи дитяче радіомовлення шансів на подальший розвиток. Водночас радіостанції "Der Saarländische" ("Радіо Саар"), "Rias Berlin und Radio Bremen" ("Радіо Бремена і Берліна") продовжують розробляти якісні й різноманітні дитячі радіопрограми. У Німеччині виникає шар комерційних радіостанцій, які користуються значною популярністю серед населення країни. Із цього часу простежується зменшення часу, відведеного на мовлення в ефірі, й збільшення до максимуму музичного наповнення радіопрограм.

Незважаючи на всі ці перетворення, радіомовлення в Німеччині перебуває на одному з найвищих рівнів у Європі. Популярний на сві-

танку радіомовлення жанр радіоказки повернувся до слухачів у вигляді літературної радіопрограми для дітей у віці від 4 до 8 років "Ohrenbär", яка спільно створюється радіостанціями "Rundfunks Berlin-Brandenburg" ("Радіо Берлін-Бранденбург"), "NDR Info" та WDR 5. Історія програми налічує більше ніж 20 років, проте на кожній радіостанції програма виходить у різний час. "Ohrenbär" є прикладом класичної вечірньої дитячої радіопрограми, яка вміщує начитані твори більше ніж 100 авторів, серед яких Р. Аренс-Крамер, Г. Бекман, М. Діркс, К. Курт та ін. Інколи в програмі практикували продовжувані розповіді серіального типу, які створювали спеціально для радіопрограм.

Як і в нашій державі, сучасне дитяче радіомовлення в Німеччині трансформувалося під впливом інтернет-технологій. Одна з найвпливовіших міжнародних медіакомпаній "Німецька хвиля" поступово налагоджує новий стиль спілкування з аудиторією, зокрема, намагаючись посилювати свої позиції в Інтернеті (таким чином омолоджуватиметься аудиторія, бо за допомогою Інтернету легше й простіше достукатися до молодих сердець) [3, с. 47]. "Нині німецькі дослідники дитячого радіомовлення констатують, що дітям більше до вподоби слухати радіо в Інтернеті, оскільки там можна отримати додаткову інформацію про програму, розширити свої знання стосовно предмета розмови та обрати радіоканал на свій смак" [2, с. 41]. Користуються популярністю ті дитячі радіопрограми, які створюють діти. Радіо стає доступнішим для прослуховування: у мобільному телефоні, Інтернеті (2003 р. вважають роком народження дитячого інтернет-радіомовлення в Німеччині) [5].

Нині в Німеччині функціонує одразу декілька великих дитячих радіостанцій. Серед них "Radio Teddy", яка позиціонує себе як перша комерційна дитяча радіостанція країни. Фінансується вона компанією "Filmpark Babelsberg" (Бабельсберг). Програмна сітка складається з програм, що виходять в ефір щодня з 6 до 21 години [14]. Інша радіостанція "Radijojo" створена в 2003 р. для дітей у віці 3-13 років та фінансується за рахунок пожертвувань з благодійних фондів. Тематика радіопрограм настільки різноманітна, що торкається питань від франко-німецького розмовника до роз'яснень релігійних течій, інтерв'ю з туристами тощо. Головний офіс радіостанції знаходиться в Берліні. Лейтмотивом радіостанції є гасло: "Дослідіть світ разом з дітьми та дізнайтеся більше про інші культури." "Radijojo" мовить не лише через передавач на території Німеччини, а й в Інтернет, у тому числі в межах дев'яти міжнародних проектів. Їхні передачі також можна почути на хвилях-партнерах радіостанції по всьому світі. У 2010 р. ЮНІСЕФ визнала "Radijojo" кращою інтерактивною радіостанцією Європи [1, с. 37-40].

В ефір радіостанції "WDR 5" щодня виходить в ефір дитяча радіопрограма для дітей молодшого шкільного віку "Lilipuz". Кожен її ви-

пуск починається о 14:05 (та триває до 15:00) з блоку новин, які підсумовують події у викладі для дітей. Наступний ефір змінюється щодня протягом тижня. Так з понеділка по середу до уваги слухачів радіоподорожі загадковими сторінками історії та природи. Щочетверга в ефірі рубрика "Lilipuz Schule" ("Lilipuz" у школі"), де відбуваються прямі включення з початкової школи в Північній Рейн-Вестфалії. Особливість програми полягає в тому, що кожен з учнів може спробувати себе в ролі ведучого на радіо. Кожної п'ятниці до уваги слухачів пропонують різноманітні конкурси з призами, а щосуботи в межах рубрики "Lilipuzhörer" ("Lilipuz" слухач") можна прослухати музичні композиції, серед яких як класичні дитячі композиції з мультфільмів та кінофільмів, так і поп-хіти у виконанні зірок шоу-бізнесу Кеті Пері, Брітні Спірс та інших. Недільна програма поєднує в собі елементи попередніх випусків за тиждень [1, с. 37–39].

Культурологічна хвиля центральної німецької радіостанції "MDR" з 2011 р. відкрила інтернет-радіостанцію "Figarino", головною особливістю якої є вихід в ефір великої кількості розважальних ігрових передач та радіопостановок. Серед них "Tale of Treasure Silver Lake" ("Повість про скарби срібного острова"), "Eisenstiefel" ("Залізні чоботи"). Крім того, в ефірі можна почути багато музики у виконанні дитячого хору при радіостанції "MDR", що виконує не лише класичні композиції, але й сучасні популярні пісні. В ефір радіостанції "MDR" щодня виходить двогодинна радіопрограма "Figarino". Окрім багатого наповнення ефіру радіопрограми, офіційний сайт пропонує цікавий контент для молодших слухачів, серед якого каталог подкастів, онлайн-ігри для дітей [1, с. 40].

Приватна радіостанція "Radio Teddy" веде цілодобове мовлення з кіностудії в Бабельсбурзі. "Радіо Тедді" називає себе радіостанцією для всієї родини, оскільки створена як проект для дорослої аудиторії, а згодом змінила формат мовлення на дитячий. Та навіть зараз радіостанцію не можна назвати суто дитячою, оскільки залежно від часу доби ефір підлаштовується під розклад дитини. Тому ранкові програми присвячені дітям, з 8:00 до 12:00 в ефірі час для молодих батьків, а по обіді до радіоприймачів запрошують дітей, які в цей час приходять зі школи й залюбки беруть участь в інтерактивних програмах. Технічні можливості радіостанції навіть дають змогу брати участь у вікторинах усією компанією друзів. З 15:30 в ефірі програма "Homework Helper" ("Помічник у домашньому завданні"), яка складається з освітньо-пізнавальних рубрик, що доповнюють шкільну програму та допомагають у виконанні домашнього завдання. Цікавою є інтерактивна радіопрограма "Radio Teddy Buch-Wurm" ("Книжковий черв'ячок на "Радіо Тедді"), в ефір якої можуть зателефонувати юні читачі та розповісти всім про свою улюблену книгу. Далі в ефірі вечірні програми та передачі для всієї родини. Таким чином радіопроєкт робить спробу поєднати як розважальні програми для дітей, так і

пізнавальні передачі для батьків, зробити їх більш цікавими одне для одного та корисними і для батьків, і для їхніх дітей [1, с. 37–40].

Унікальний радіопроєкт "Erzählkultur" ("Культурні розмови") являє собою серію радіопрограм для дітей віком 4–10 років. Головною особливістю проекту є те, що група дітей (8–10 років) створює сценарій кожної програми ("Meine Stadt" ("Мое місто"), "Freundschaft" ("Дружба"), "Abenteuerland" ("Земля пригод"), "Die vier Jahreszeiten", ("Чотири пори року") тощо), а потім в ефірі обговорюють задані теми, виробляючи вміння правильно та грамотно спілкуватися не лише в себе, а й у слухачів. Автори проекту зазначають, що особливо такі радіопрограми будуть корисними іммігрантам, дітям, які тільки починають освоювати німецьку мову. Цей унікальний проєкт було введено й в освітній процес. Так, у 2007–2008 навчальному році 15 дитячих закладів, серед яких дитячі садки, школи та позашкільні установи, погодилися вмикати дітям радіопрограми серії "Erzählkultur" ("Культурні розмови") під час їхнього перебування в навчальному закладі. Погодилися на експеримент і батьки, які часто вмикали ці передачі вдома. Після закінчення навчального року батьки та вчителі констатували підвищення рівня грамотності та правильності спілкування дітей як між собою, так і з дорослими [8].

Паралельно, разом зі створенням радіопрограм діти засвоюють ази медіаграмотності: вчать критично ставитися до отриманої зі ЗМІ інформації, отримують елементарні знання з технічного забезпечення роботи радіостанції, формують та висловлюють власні думки, вчать не боятися виступати перед публікою тощо.

Висновки. У цілому історія дитячого радіомовлення Німеччини є досить насиченою на етапах формування, а сьогоднішній його стан – це зразковий приклад для України, адже представництва дитячих радіостанцій "Radio Teddy" та "Radijojo" є в різних країнах світу, а різноманітність та жанрове багатство контенту привертає увагу слухачів із різних країн.

Дитяче радіомовлення Німеччини зароджувалося в період складних політичних перетворень у країні та використовувалося як сильний рекламний та пропагандистський інструмент, проте віднайшло свій шлях розвитку й сьогодні має право продемонструвати всьому світу здобутки власного радіомовлення для молодших слухачів. Відтак, у подальшому цікаво буде простежити вплив рекламного контексту на розвиток дитячого радіомовлення в інших європейських країнах, зокрема у Великобританії, Польщі, Швеції тощо.

Список використаної літератури

1. Гиріна Т. С. Дитяче радіомовлення в Україні: структурно-функціональний та творчий дискурс : дис. ... канд. соц. ком : 27.00.04 / Т. С. Гиріна. – Запоріжжя, 2013. – 334 с.
2. Гиріна Т. С. Європейський досвід у створенні дитячих радіопрограм / Т. С. Гиріна // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2011. – № 4. – С. 41–47.

3. Гоян В. В. Німецька хвиля: від класичних медіа до новітніх технологій / В. В. Гоян, О. Я. Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. – Київ : Ін-т журналістики, 2010. – Т. 39. – С. 42–51.
4. Bernd-Peter A. ABC des Hörfunks / A. Bernd-Peter. – Konstanz : UVK Verlagsgesellschaft mbH, 1999. – 340 s.
5. Dem Projekt erzählkultur lagen folgende Überlegungen und Pläne zugrunde [Elektronische ressource] // Erzählkultur. – Mode für den Zugang: <http://www.jff.de/5Projekte/index.php?id=konzeption>.
6. Dussel K. Deutsche Rundfunkgeschichte: eine Einführung – History of German broadcasting / K. Dussel. – Frankfurt am Main : UVK Medien Verl. – Ges., 1999. – 313 s.
7. Haejung P. The History of Children's Use of Electronic Media [Electronic resource] / P. Haejung. – Mode of access: <http://www.faqs.org/childhood/Pa-Re/Radio.html>.
8. Heidtmann H. Zur Geschichte des Kinder-radios in der Bundesrepublik [Elektronische ressource] / H. Heidtmann // von der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur. – 2002. – № 3. – S. 8–9. – Mode für den Zugang: <http://www.asw.fh-dortmund.de/diederichs/pdfs/habeck.pdf>.
9. Klöckner L. História da mídia sonora [Recurso eletrônico] / L. Klöckner, N. Prata. – Porto Alegre : Edipucrs, 2009. – 558 p.
10. Krug H. Von der Vielstimmigkeit zur Marke: monographie: 60 Jahre ARD-Hörfunkprogramme / H. Krug. – Konstanz : UVK Verl. – Ges, 2010. – 117 s.
11. McNeil B. The Birth of Radio in Canada [Electronic resource] / B. McNeil, M. Wolfe // The Canadian Encyclopedia. – Toronto. – Mode of access: <http://www.thecanadianencyclopedia.com/articles/radio-programming>.
12. Münch A. M. Klangreise! Zeit für kleine Forscher. Klassische Musik im Kinderhörfunk Erstprüfer: Professor Oliver Curdt [Elektronische Ressource] / A.M. Münch. – Mode für den Zugang: <http://www.hdm-stuttgart.de/~curdt/Muench.pdf>
13. Ortriwano G. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história / G. S. Ortriwano // Revista Usp. – São Paulo. – 2002–2003. – № 56. – P. 66–85.
14. Stanowski K. Fernseher aus! Radio an! Die schönsten Radioprogramme für Kinder [Elektronische ressource] / K. Stanowski. – Mode für den Zugang: <http://medienbewusstde/musik-und-hoerbuecher/20120510/fernseher-aus-radio-an-die-schoensten-radioprogramme-fuer-kinder.html>.

Стаття надійшла до редакції 12.08.2014.

Гирин Т. С., Пенчук И. Л. Рекламно-пропагандистский контекст развития детского радиовещания в Германии

В статье исследован рекламно-пропагандистский контекст развития детского радиовещания Германии в разрезе жанрового, тематического, видового и количественного разнообразия детских радиопрограмм.

Ключевые слова: детская радиопрограмма, детская радиостанция, радиоспектакль, радиопиора, радиодрама, радиосказка.

Hirina T., Penchuk I. Promotional Context of the Development of Children's Broadcasting in Germany

This article explores the historical context of the development of children's broadcasting in Germany in terms of genre, theme, species diversity and quantity of children's radio program.

In majority of countries children's radio broadcasting appeared almost simultaneously in 1920–1930s, but it followed different paths in the process of its establishing and development. Thus, in Europe children's broadcasting was financially supported and maintained by charity funds and organizations, which provided for the programs to meet children's needs as close as possible. Children's radio broadcasting has been poorly represented in totalitarian countries (like the USSR) and keeps having ideological function (present-day China). Censorship and total control over the form and content of children's radio programs can still be observed in China, where cutting edge technologies co-exist side by side with communistic values of pioneers. In North American countries children's radio programs were created at the expense of advertisers. Since 1930 the majority of successful children's radio programs have been sponsored by companies that treated children as a link between parents and corporations.

Leveling of geographical boundaries for broadcasting requires critical understanding of the global broadcasting practice in terms of younger audience. That is why the paper offers an insight into the evolution of children's broadcasting against the background of social and political developments of the time. The article identifies the regularities in the development of children's broadcasting and their correlation with the state political influence or advertisers' financial support. It also makes a projection on the contemporary stage of children's broadcasting development in different countries, which helps us understand the place in the global communication process that Ukraine occupies as a country whose potential in children's broadcasting is not fully explored. Thus, we think that the best way to develop the national children's broadcasting system is to establish full-cycle specialized children's radio stations. Increased interest among researchers proves that it is time to embrace the full range of processes that are taking place in the system of children's broadcasting.

Key words: children's radio program, children's radio station, radiodrama, radioplay, radioshow, radiotale.