

УДК 070:7.096(477)–053.2(043.5)

Т. С. Гуріна, І. Л. Пенчук

**РЕКЛАМНІ КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В США:  
ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ**

*У статті досліджено роль рекламної комунікації в процесі становлення інституту дитячого радіомовлення в Сполучених Штатах Америки та залежність змісту радіопрограм від типу рекламованого в них товару.*

**Ключові слова:** дитяча радіограма, дитяча радіостанція, комерціалізація, радіосеріал, спонсорство.

**I. Вступ**

Перші радіограми в будь-якій країні сприймалися суспільством як революція в системі ЗМІ, поява перших дитячих радіограм стала революцією в світі дитини. Ставши казкою, яка раптом втілилася в життя, радіограми для найменших слухачів протягом десятиліть посідали одне з перших місць в ефірній сітці радіостанції. Не дарма майже в кожній країні створення першої радіостанції та вихід в ефір радіограм для дітей відбувалося з невеликим часовим інтервалом.

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

Історію радіо зарубіжних країн вивчали Л. Клюкнер [11], Г. Ортрівано [15], А. Бернд-Петер [3], К. Досель [8], Г. Круг [12], П. Хейунг [10], Б. Макніл [14] та ін. Досліджував архівні матеріали з початків зародження радіомовлення для молодших слухачів у Північній Америці і Б. Сілверстайн [16]. В історичному словнику-довіднику американського радіо Д. Годфрі дає визначення та коротку характеристику дитячому радіомовленню [9]. Історію зародження дитячого радіомовлення в США від періоду зародження до кінця 1950-х рр. ХХ ст. вивчав М. Бюмер [4], роль радіоопрограми “The Children’s Hour” (“Дитяча година”) у становленні інституту дитячого радіомовлення тієї країни розкрито в працях Ч. Брюса [5].

**II. Постановка завдання**

Мета статті – дослідити роль рекламної комунікації в процесі становлення інституту

дитячого радіомовлення в Сполучених Штатах Америки та залежність змісту радіограм від типу рекламованого в них товару.

**III. Результати**

Дитяче радіомовлення в США зароджувалося у формі пригодницьких радіограм (початок 1920-х рр.). Тоді щоденно в другій половині дня до уваги молодших слухачів в ефір виходили історії про життя та пригоди Jungle Jim (Джингл Джима), Captain Midnight (Капітана Півночі), Buck Rogers (Бака Роджерса), Flash Gordon (Флеш Гордона), Superman (Супермена), Tarzan (Тарзана), Dick Tracy (Діка Трейсі) [9, с. 25–60]. Дитяче радіомовлення цієї країни є прикладом відмінного від українського, але не менш різноманітного та цікавого підходу до розвитку дитячого радіомовлення. Так, для американських слухачів створювали ігрові передачі, наприклад, у формі щотижневого конкурсу талантів, який став прообразом сучасних шоу-проектів “American Idol” (“Ідол Америки”) та “Star Search” (“Пошук зірки”). Загалом для багатьох людей радіомовлення стало способом вирватися з повсякденних турбот та дізнатися про події у світі [16].

Перспективи створення освітніх програм оприлюднені ректором університету Вірджинії Е. Олдерменом у 1928 р. у щорічній доповіді на Консультативній раді. Зокрема, він, як голова першого комітету NBC з питань освіти, поділив усі дитячі програми на три категорії:

- для молодших школярів;
- для учнів середньої школи (коледжу);
- для студентів університету [9, с. 120–123].

Педагог та історик Д. Годфрі констатує, що до створення програм залучали відомі організації, зокрема National Education Association (NEA) (Національну асоціацію з освіти), National Teacher’s Association (Національну асоціацію вчителів), American Association for Adult Education (AAAE) (Американську асоціацію освіти для дорослих) тощо [9, с. 226–231].

Чи не найважливішою проблемою в розвитку тогочасного радіомовлення для молодших слухачів стало те, що такі програми

треба було розміщувати на радіостанціях для дорослих, які не бажали слухати повчальні освітні програми замість розважальних та музичних. Відтак, формат “освітнього дитячого мовлення” мав перейти на трансляцію на шкільних радіостанціях.

На відміну від тогочасної України, де біля витоків радіомовлення стояв потужний ідеологічний партійний апарат, ініціатива органів влади у США не змогла перемогти фінансову нерентабельність таких проєктів. Дитячі радіопрограми транслювали в нічному ефірі, зокрема “Jolly Bill and Jane” (“Веселі Білл і Джейн”) у 1929 р. виходили в ефір з понеділка до суботи о 5:30–6:00 [2], програма “The Children’s Hour” (“Дитяча година”) виходила в ефір щонеділі о 9:00–10:00 на радіостанції NBC. Ще декілька дитячих радіопрограм транслювалися в ефірі радіо RCA – “RCA Educational Hour” (година освіти на RCA) по п’ятницях з 11:00 до 12:00. Детального опису змісту програм не збереглося.

З перших років упровадження системи дитячого радіомовлення порушувалося питання про підвищення культури читання. У межах такої програми планувалося створити радіопрограму, яка б пропагувала читання серед дітей. За сценарієм у кожній програмі мали зачитувати уривок з книги та радити відвідати бібліотеку певного міста. Подібні проєкти підтримувалися за рахунок благодійних внесків (“Rayne Fund” (“Фонд Пейна”) на початку 1930-х рр. пожертвував 250 тис. дол. США на підготовку освітніх радіопрограм)), однак такі пожертви були поодинокими та не мали постійного характеру. Як наслідок, аналіз радіопрограм, які виходили в ефір на 19 радіостанціях у Нью-Йорку протягом лютого 1927 р., засвідчив, що лише 1,1% від ефірного часу припадало на дитячий ефір [4, с. 4].

Кілька програм, які виходили тоді в радіоефір, зазвичай не мали спонсорської підтримки. Неприбуткові дитячі радіопрограми були нецікавими радіостанціям, тому їх якості не приділяли значної уваги. Тенденція збереглася, аж поки в дитяче радіомовлення не прийшов рекламодавець. У період нарощення обсягів дитячого радіомовлення СРСР, на початку 1930-х рр., у США підприємці почали розглядати дітей як непрямих споживачів, які могли б вплинути на рішення батьків про купівлю. У поєднанні зі зростанням популярності радіо це спонукало виробників спонсорувати дитячі програми. Доцент школи інформаційних наук Університету Теннессі С. Уелч констатує, що першим великим спонсором став виробник молочного шоколаду “Ovaltine” (“Овалтайн”). Оскільки рекламодавці намагалися апелювати до дітей, вони обрали форму комікс, героєм якого стала дитина. Зупинилися на Гаролді Греї, персонажі коміксу “Little Orphan Annie”

(“Маленька сирітка Ені”). Це була новинка на ринку мальованих історій, популярна серед дітей. Чиказьке рекламне агентство створило концепцію циклу дитячих радіопрограм, заснованих на сюжеті обраного коміксу. У тому самому році програма почала виходити в ефір і практично відразу продемонструвала результат [17, с. 32–49]. Успіх поклав початок активному розвитку дитячого радіомовлення. За даними дослідника М. Уеста, у 1931 р. компанія “Kellogg” (“Келлог”) почала спонсорувати дитячі програми за мотивами коміксу Д. Діля “Buck Rogers in the Twenty-Fifth Century” (“Бак Роджерс у XXV ст.”), концепцію якого створило рекламне агентство “General Mills” (“Дженерал Мілс”) [18].

У наступному десятилітті відбувся поступовий розвиток дитячого радіомовлення з урахуванням потреб молодшої аудиторії. Оприлюднені в працях професора Л. Кубана дослідження довели, що діти віком 9–12 років слухали радіо не менше ніж 2–3 години на добу, особливо ввечері. Подібно до сучасних тенденцій, дівчата віддавали перевагу романтичним та історичним замальовкам, а хлопчиків захоплювали пригодницькі новели із життя популярних героїв, однак загалом ці розбіжності були незначними. Комедійні ж постановки збирали біля приймачів не тільки дітей різної статі, а й дорослих [7].

Дотично до дитячого радіомовлення України стала популярність передач у жанрі театру біля мікрофона (драматичні історії зачитували професійні актори в студіях звукозапису США). Однак, на відміну від вистав, створюваних для українських слухачів, які відрізнялися життєрадісністю та добротою, їхні американські відповідники нерідко зверталися до тем насильства. Дослідник історії радіомовлення М. Бьюмер констатує, що зміст таких програм викликав невдоволення батьків, які виходили на вулиці з протестами проти можливих наслідків прослуховування радіопрограм, де пропагується кровопролиття. У період 1929–1956 рр. в ефірі загальнонаціональних радіостанцій виходили 47 дитячих радіопрограм, у тому числі “The Lone Ranger” (“Самотній рейнджер”), “The Adventures of Superman” (“Пригоди супермена”) тощо [4].

Одним із найпопулярніших жанрів тогочасного радіомовлення загалом і дитячого радіомовлення зокрема стали радіосеріали. У часи, коли телеприймачі були великою рідкістю, в ефір американських радіостанцій у період з листопада – грудня 1937 р. вперше вийшов радіосеріал “Cinnamon Bear” (“Ведмедик Кінамон”), який було створено в Голівуді на замовлення компанії “Transco” (“Транско”) [2]. В ефір проєкт виходив з понеділка до суботи між Днем подяки і Різдом. У центрі сюжету Джуді та Джиммі Бар-

тономи, які вирушили у своєму будинку в зачаровану "Maybeland" ("Країну можливого") для того, щоб запалити срібну зірку на вершині їхньої різдвяної ялинки. Персонаж Ведмедика Кінамона настільки полюбився маленьким слухачам, що на декілька років став найбажанішим подарунком на свята. Досі щороку в передріздвяний час це радіо-шоу повторюють в ефірі національних радіостанцій.

Інший сюжет розвивався у виставі "Cruise Poll Parrot" ("Круїз Пол Паррот"), що створена в 1937 р. за підтримки міжнародної взуттєвої компанії, яка була власником цього круїзного лайнера. Усі події розігрувалися навколо капітана корабля Роя Далтона, його власника Ерза Чендж, сестри Сью, її подруги Джонні Роббінс, матроса Старого Діксона, суднохранителя Брекенріджа та інших членів екіпажу. Загалом в ефір вийшло 39 епізодів загальною тривалістю більше ніж 7 годин [2].

Багатосерійний радіосеріал "Magic Island" ("Чарівний острів") уперше вийшов в ефір у 1936 р. У центрі сюжету пані Патриція Грегори, яка розшувала свою доньку Джоан Грегори. Після довгих пошуків та неймовірних пригод мати з донькою зустрічаються на дивному острові, на якому Джоан вижила тільки завдяки магії, яка давала можливість острові триматися на плаву. Серіал призначений для сімейного перегляду на налічував 130 серій (24 години ефірного часу) [13].

"Quiz Kids" ("Дитяча вікторина") – популярний радіосеріал 1940-х і 1950-х рр., який виходив в ефір за підтримки компанії "Alka-Seltzer" ("Алка-Зельтцер"). Шоу настільки полюбилось слухачам, що з 6 липня 1949 р. по 27 вересня 1956 р. на телебаченні транслювали відеOVERсію улюбленої вистави. З лав цього проекту у майбутньому вийшов лауреат Нобелівської премії з біології Джеймс Д. Уотсон, актор Боб Істон, продюсер Харлі Беннетт та актриса Ванесса Браун. За весь період вийшло 76 епізодів тривалістю 36 годин [2].

"Adventures in Research" ("Наукові пригоди") – це серія радіопрограм, які об'єднані концепцією. У цікавій ігровій формі розповідають про важливі винаходи: розробку парашута, історію першої радіостанції з регулярним мовленням, перший латиноамериканський винахід, відкриття континентів та безліч інших історій, які сформували 75 епізодів хронометражем 18 годин [13].

Радіовистави для дітей про небезпечно, але цікаву роботу пожежників об'єднані під назвою "Firefighters" ("Пожежники"). Щотижня до уваги слухачів різні ситуації, в яких опиняються люди, що професійно борються з вогнем. Між іншим дітям розповідають про типи пожеж, можливі причини їх виникнення та способи убезпечення власного життя від небезпеки, пов'язаної з вогнем. Більшість

епізодів, а їх всього 140, тривали від 12 до 15 хвилин і увійшли до золоті колекції дитячого радіомовлення США [2].

"Jerry of the circus" ("Джері з цирку") зворушлива дитяча багатосерійна вистава, що виходила в ефір американських радіостанцій у 1937 р. Протягом 15 хвилин кожної серії дітям розповідали про пригоди Jerry Duhan (Джері Дугана) та його собаки Rags (Ганчірочки). Після смерті батьків Джері зі своїм чотирилапим другом прибули до цирку Sam Randall (Сема Рендала), де знайшли не лише справжніх друзів, а й лютих ворогів. Вистави полюбалися не лише дітям, а й дорослим, адже мрія працювати в цирку колись була в кожній людини. Мрія ж працювати в цирку Сема Рендала тривала 125 епізодів хронометражем понад 30 годин [13].

Стежити за Джері, хлопчиком з іншої вистави "Fair Oaks" ("Справедливі дубки") мали можливість найменші слухачі, яким адресувалася 15-хвилинна серія радіосеріалу, дія якого відбувалася в школі з однойменною назвою [2].

Як і в більшості кран світу, з 1950-х рр. поширення телевізійних технологій призвело спочатку до заморожування, а в наступні роки – до зменшення кількості дитячих радіопрограм. Проте в історію увійшли щоденні вечірні дитячі радіо програми, зокрема "Listen with Mother" ("Слухаймо з мамою"). Це відповідник традиційних і в Україні щоденних вечірніх передач для слухачів дошкільного та молодшого шкільного віку, хронометраж якого – до 15 хвилин, а програма включала оповідання, коротку пісню й вірш. Кожного суботнього ранку із середини 1950-х рр. в ефір американських радіостанцій виходила програма "Uncle Mac" ("Дядько Мак"), яка складалася із музичних композицій – саундтреків до дитячих мультфільмів та фільмів. У кінці 1950–1960-х рр. автори дитячих радіо програм почали експериментувати з форматом і жанрами кожного проекту [2].

Сьогодні у США діють понад десять великих дитячих радіостанцій, більшість з яких мовить у музичному форматі. Стилi та жанри музики досить різноманітні – від різдвяної до музики в стилі кантрі, християнської й колискових. У США представлено одразу декілька радіостанцій студії Діснея, серед яких "Kidz Show Radio!" ("Радіо дитячих шоу") "Mouse World Radio" ("Світове радіо Мауса") "Kids Public Radio "Pipsqueaks" ("Дитяче громадське радіо "Лелеченята"), "Outbound Radio Just For Kids" ("Радіо для дитячого відпочинку) "ORS Radio – Kids" ("ОРС радіо – Діти").

Серед найбільших дитячих проектів радіостанція "Outbound Radio" відкрила радіоканал "Just For Kids" ("Тільки для дітей"). В ефірі радіостанції переважно музичні композиції і зрідка – програми для дітей. Пра-

цює радіостанція за рахунок реклами та продажів дисків. Благородною є мета проекту: 10% від зароблених коштів спрямовують на благодійність, у майбутньому планують збільшити цей відсоток до 30%. Так, радіостанція співпрацює з двома благодійними фондами: "EMMAUS MINISTRIES", яка допомагає дорослим людям, які опинилися з різних причин на вулиці, повернутися в соціум, та THE INTERNATIONAL RED CROSS (Міжнародний комітет Червоного Хреста), який надає гуманітарну допомогу жертвам війни та насильства [1].

Помітною є тенденція залучення дітей до створення радіопродукту. Однією з таких радіостанцій є "KiDz HuB" ("Дитячий концентратор"), заснована на базі молодіжної організації, орієнтованої на використання засобів масової інформації (радіо, телебачення, газет, журналів та соціальної мережі, Інтернет, електронної пошти) та інноваційних методів навчання, у виховуванні дітей і підлітків. Організатори прагнуть навчити дітей використовувати передові технології не лише для розваг, а й для пізнавальної мети, підвищення ефективності праці, самовираження. Радіостанція розміщує малопотужні ФМ станції в школах США, повний цикл роботи на яких забезпечується дітьми, що працюють під наглядом кваліфікованих менеджерів. Кращі програми зі шкільних радіостанцій виходять в ефір центральної "KiDz HuB". Радіостанція не лише долучає до виробництва радіопрограм кваліфікованих радіожурналістів, а й розширює кількість шкільних радіостанцій за рахунок інших країн (Індія, Ямайка, тощо). Про те, що програми створюються на високому технічному й професійному рівнях, свідчить велика кількість прямих ефірів, які проводять діти, програми різного спрямування від новин і розважальних програм, до спортивних випусків, прогнозів погоди та приватних оголошень [1].

#### IV. Висновки

Історія зародження й розвитку дитячого радіомовлення в США продемонструвала комерційний потенціал зазвичай неприбуткового, а відтак і нецікавого радіопродукту для адміністрації радіостанцій. Творчий підхід та бажання віднайти золоту середину між прямою рекламою та ненав'язливим спонсорством дало можливість авторам створювати дійсно цікаві радіопроекти ще на світанку зародження радіомовлення у світі. Справжнім же індикатором якості таких програм є широке коло слухачів не лише в 20–30-х рр. ХХ ст., а й на сучасному етапі. Відтак, переконані, що для України, потенціал дитячого радіомовлення в якій ще не розкрито, варто пильніше вдивлятися у досвід зарубіжних країн та не боятися його переймати.

Перспективним вважаємо дослідження умов розвитку дитячих радіопрограм за часів жорстких тоталітарних режимів. Зокрема, заслуговують на увагу огляд становлення дитячого радіомовлення в СРСР та Китаї.

#### 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. All American Old Time Radio. Classics Collection [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.thepastisablast.com/otr\\_collecions/otr\\_collection.htm](http://www.thepastisablast.com/otr_collecions/otr_collection.htm).
3. Bernd-Peter A. ABC des Hörfunks / A. Bernd-Peter. – Konstanz : UVK Verlagsgesellschaft mbH, 1999. – 340 s.
4. Boemer M. L. The children's hour: radio programs for children, 1929–1956 / M. L. Boemer. – USA : Scarecrow Press, 1989. – 220 p.
5. Bruce C. The Children's Hour: Addresses to Young Congregations about Houses, Flowers, Ships, Books, Etc. / C. Bruce. – USA : Kessinger Publishing Co, 2009. – 184 p.
6. Children's Program, Cuckoo Clock House Makes Learning Fun. The Sherbrooke Telegram [Electronic resource] // The Sherbrooke Telegram. – Sherbrooke. – 1949. – № 16. – P 4. – Mode of access: <http://news.google.com/newspapers?nid=707&dat=19490421&id=LLVNAAAIBA&sjid=VkJQDAAAIBA&pg=1866,5080026>.
7. Cuban L. How Teachers Teach in an Era of Testing and Accountability [Electronic resource] / L. Cuban // Education Policy Analysis Archives. – 2007. – № 15. – Mode of access: <http://www.edrev.info/reviews/rev809.h>.
8. Dussel K. Deutsche Rundfunkgeschichte: eine Einführung – History of German broadcasting / K. Dussel. – Frankfurt am Main : UVK Medien Verl. C Ges., 1999. – 313 s.
9. Godfrey D .G. Historical dictionary of American radio / D. G. Godfrey, F. A. Leigh. – USA : Greenwood Publishing Group, 1998. – 485 p.
10. 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>.
11. Klöckner L. História da mídia sonora [Recurso eletrônico] / L. Klöckner, N. Prata. – Porto Alegre: Edipucrs, 2009. – 558 p.
12. Krug H. Von der Vielstimmigkeit zur Marke: monographie: 60 Jahre ARD-Hörfunkprogramme / H. Krug. – Konstanz : UVK Verl. – Ges, 2010. – 117 s.
13. Lopez D. C. Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jorna-

- lismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica / D. C. Lopez. – Brasil : LabCom Books, 2010. – 164 s.
14. 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>.
15. Ortriwano G. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história [Recurso eletrônico] / G. S. Ortriwano // Revista Usp. – 2002–2003. – № 56. – P. 66–85.
16. Silverstein B. Radio Begins [Electronic resource] / B. Silverstein // North Carolina Museum of History Office of Archives and History, N.C. Department of Cultural Resources. – 2005. – Mode of access: <http://www.ncmuseumofhistory.org/collateral/articles/s04.1920s.decade.change.pdf>.
17. Welch C. Broadcasting the profession: the american library association and the national children's radio hour / C. Welch. – USA : University of Kentucky, 1991. – 288 p.
18. West M. Children's Radio Programs and Their Impact on the Economics of Children's Popular Culture [Electronic resource] / M. West // The Lion and the Unicorn. – 1987. – № 11. – Mode of access: [http://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/lion\\_and\\_the\\_unicorn/v011/11.2.west.html/](http://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/lion_and_the_unicorn/v011/11.2.west.html/).

Стаття надійшла до редакції 15.09.2014

**Гиріна Т. С., Пенчук І. Л. Рекламні концепції розвитку дитячого радіовещання в США: історичний аспект**

*В статті досліджено роль рекламної комунікації в процесі становлення інститута дитячого радіовещання в Соединенных Штатах Америки і залежність змісту радіо-програм від типу рекламуваного в них товару.*

**Ключевые слова:** дитяча радіопрограма, дитяча радіостанція, комерціалізація, радіосериал, спонсорство.

**Hirina T., Penchuk I. Sponsored Concept Development of Children's Radio Broadcasting in the USA: Historical Aspect**

*The article investigates into the role of advertising communication in the process of US children's radio broadcasting development and correlation between the content of radio programs and the type of merchandise they advertise.*

*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, commercialization, radio series, sponsorship.