**ЗАГОРОДНЮК ВЛАДИСЛАВА ЄВГЕНІВНА. Назва дисертаційної роботи: "СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ “ЕД’ЮТЕЙНМЕНТ” ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ВПРОВАДЖЕННЯ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ"**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

**ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Кафедра телебачення та радіомовлення**

**На правах рукопису**

**ЗАГОРОДНЮК ВЛАДИСЛАВА ЄВГЕНІВНА**

**УДК: 007:[654.197+316.658](477)**

**СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ**

**“ЕД’ЮТЕЙНМЕНТ” ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ВПРОВАДЖЕННЯ НА**

**УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ**

**27.00.06 – Прикладні соціально-комунікаційні технології**

**Дисертація на здобуття наукового ступеня**

**кандидата наук із соціальних комунікацій**

**Науковий керівник:**

**Єлісовенко Юрій Петрович**

**кандидат педагогічних наук,**

**доцент**

**Київ – 2015**

**ЗМІСТ**

**ВСТУП…………………………………………………………………. 4**

**РОЗДІЛ 1. ІСТОРИЧНЕ ТА НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНЕ**

**ОСМИСЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ЕД’ЮТЕЙНМЕНТ……………………. 15**

**1.1. Поява, розвиток, наявні сфери впровадження і форми реалізації**

**ед’ютейнменту……………………………………………………….……. 15**

**1.2. Історіографія соціально-комунікаційної технології**

**ед’ютейнмент. Дефініції поняття………………………………………… 29**

**1.3. Комунікаційні теорії й підходи педагогіки гри тлумачення**

**теоретичних основ ед’ютейнменту………………………………….…… 52**

**Висновки до розділу 1……………………………………………...... 62**

**РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ**

**ЕД’ЮТЕЙНМЕНТ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ………........ 64**

**2.1. Використання елементів ед’ютейнменту в програмах**

**українських загальнонаціональних телевізійних каналів………………. 64**

**2.2. Функціонування і контент українських спеціалізованих**

**телеканалів для дитячої аудиторії “Піксель” та**

**“Плюсплюс”……………………………………………………………….. 75**

**2.3. “Піксель” та “Плюсплюс” із погляду міжнародного досвіду:**

**реалізація технології ед’ютейнмент у практиці дитячого телебачення.. 94**

**Висновки до розділу 2……………………………………………… 115**

**РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ**

**ЕД’ЮТЕЙНМЕНТУ В УКРАЇНІ: МЕДІАОСВІТА Й СОЦІАЛЬНИЙ**

**ІНЖИНІРИНГ……………………………………………………………. 118**

**3.1. Аналіз ефективності технології ед’ютейнмент. Експертна**

**оцінка……………………………………………………………………... 118**

**3.2. Міжнародний досвід та практика впровадження ед’ютейнментстратегії………………………………………………………………….... 127**

**3.3. Медіаосвіта й соціальний інжиніринг як можливі напрями**

**впровадження ед’ютейнменту в Україні……………………………….. 145**

**Висновки до розділу 3……………………………………………… 156**

**ВИСНОВКИ………………………………………………………… 159**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ………………………….. 174**

**ДОДАТКИ…………………………………………………………... 213**

**ВСТУП**

**Стратегія розвитку окремої людини і країни загалом, а також визначення**

**орієнтирів у цих процесах на сьогодні вимагає уважного ставлення до змін,**

**що відбуваються у світі. В сучасному суспільстві одним з основних аспектів**

**економічної діяльності стає інформаційне виробництво, яке має суттєве**

**значення для ефективного функціонування різних видів діяльності.**

**Обмежувальним чинником при цьому стає знання. Освіченість людини нині**

**визначається не стільки спеціальними (фаховими) знаннями, скільки її**

**різнобічним розвитком як особистості, яка здатна до активної соціальної**

**адаптації, самостійного життєвого вибору, самоосвіти й самовдосконалення.**

**Електронні засоби масової інформації, зокрема телебачення, за останні**

**десятиліття досягли значного технічного прогресу й посіли важливе місцев**

**житті сучасної людини. Провідна позиція щодо охоплення аудиторії та,**

**переважно, високий рівень довіри до телебачення дозволяють розглядати**

**його як дієвий засіб впливу на аудиторію. Звісно, у гуманістичних цілях**

**важливо, щоб телебачення сприяло розвиткові людини. Проте**

**комерціалізація, поширення масової культури укорінили панівну роль**

**розваги в телевізійних продуктах. Трансльовані в ефірі програми часто є**

**кітчем, й функціонально вони не запрограмовані сприяти освіті та розвиткові**

**глядача.**

**У результаті зважування реальних та потенційних можливостей**

**телебачення постала потреба в пошуку і впровадженні такої комунікаційної**

**технології, яка б одночасно відповідала масовим смакам глядачів,**

**задовольняла б комерційний попит власників медіа та позитивно впливала б**

**на розвиток аудиторії, реалізуючи ідею безперервної освіти та**

**інтелектуалізації нації. Комунікаційні технології являють собою системний**

**процес, спрямований на безумовний вплив, і з великою ймовірністю здатні**

**досягти запланованого результату.**

**Практика зарубіжних країн впровадження комунікаційної технології**

**“ед’ютейнмент” (освіта+розвага) свідчить, що телебачення може бути не**

**лише джерелом інформації та розважання, а й дієвим інструментом для**

**освіти та розвитку аудиторії.**

**Ед’ютейнмент має вияв у різних формах та масштабах. Використовуючи**

**засади цієї технології, розробляють комп’ютерні ігри, створюють**

**розважально-освітні телепрограми, реаліті-шоу соціального спрямування,**

**документальні фільми, “мильні” опери, анімаційні освітні проекти для**

**дитячої аудиторії, провадять масштабні комплексні медіакампанії;**

**організовують роботу шкіл раннього розвитку та різноманітні варіанти**

**інтелектуального дозвілля (курси, лекції, вебінари, баркемпи, освітні тури,**

**заходи в центрах розвитку, музеях, наукових парках, бібліотеках).**

**Технологія ед’ютейнмент широко використовується у педагогічній, масмедійній, соціальній сферах, сфері дозвілля. Особливо це стосується**

**діяльності іноземних організацій, які спеціалізуються на плануванні,**

**проведенні та оцінюванні масштабних медіакампаній. Їх організовують з**

**метою інтелектуалізації, соціальної адаптації, санітарного просвітництва**

**населення, наставництва щодо практичного освоєння здорового способу**

**життя, боротьби із соціальними недугами (ВІЛ/СНІД, насилля у сім’ях,**

**наркоманія тощо).**

**Успішна багаторічна практика цих організацій дає підставу говорити**

**про те, що стратегія ед’ютейнмент може демонструвати та стимулювати**

**публічний дискурс щодо шляхів досягнення бажаних результатів у**

**соціальному середовищі, сприяти якісним змінам соціуму, мобілізовувати**

**громадянську активність широких верств населення.**

**Технологія ед’ютейнмент перетворює процес засвоєння корисних знань**

**на енергійне та стильне видовище, адже основна задача ед’ютейнменту**

**полягає в переконанні аудиторії, що навчання є захопливим та цікавим**

**процесом. Особливе значення ця ознака має для дитячої аудиторії. Адже**

**дитина з моменту народження запрограмована на навчання. Будь-яка**

**інформація чи ситуація підсвідомо формують її світобачення.**

**Головна мета впровадження ед’ютейнменту в телепродукт для дитячої**

**аудиторії ґрунтується на ідеї: якщо вміти втримати увагу дитини, її можна**

**навчити. Тому впровадження технології ед’ютейнмент на українському**

**телебаченні розглядається у роботі на прикладі діяльності спеціалізованих**

**дитячих телеканалів.**

**Вибір для дослідження саме дитячого сегменту зумовлений тим, що для**

**розбудови будь-якої країни велике значення у стратегічному плані має**

**концентрація сил та уваги держави на дітях та молоді, які, беззаперечно, є**

**продуктивною силою суспільства. Освічені, культурно і духовно розвинені**

**молоді люди є найкращою запорукою успішного майбутнього держави.**

**Примноження науково-інтелектуального потенціалу є одним із вирішальних**

**стратегічних і соціально-політичних чинників динамічного розвитку кожної**

**нації.**

**Для ефективного розвитку суспільства необхідно впливати на аудиторію**

**у потрібному напрямку, тобто створювати атмосферу, найбільш сприятливу**

**для досягнення позитивних соціальних результатів.**

**Попередніми дослідженнями (О. Білоус, О. Бойко, Н. Данькова,**

**М. Дорош, Ю. Єлісовенко, А. Зайцева, А. Камінська, О. Квашук,**

**А. Кокотюха, К. Кошак, О. Невмержицька, Е. Огар, І. Пенчук, О. Петрунько,**

**Т. Полякова, Н. Темех та ін.) підтверджено, що телебачення визначає**

**поведінку глядачів, впливає на їхній світогляд, формує морально-етичні**

**соціальні стереотипи, забезпечує національно-культурну ідентифікацію**

**громадян.**

**Більшість розвинутих країн світу мають у своєму арсеналі дитячі**

**канали, оскільки телебачення там вважають інструментом розвитку і освіти.**

**У 2012 році в українському телепросторі дві потужні медіагрупи – “Інтер” та**

**“1+1 media” – запустили в ефір з різницею у кілька місяців спеціалізовані**

**дитячі телеканали “Піксель” (15.04.2012) та “Плюсплюс” (04.08.2012)**

**відповідно. Із появою цих телемовників український глядач має перспективу**

**якісного власне українського дитячого телебачення. Отже, українські**

**телекомпанії почали більше уваги приділяти мовленню для дитячої**

**аудиторії. Це кількісне покращення, але питання про якісне – змістове та**

**функціональне – покращення потребує ще дослідницької уваги.**

**Теоретико-методологічною базою дослідження стали ідеї і концепції**

**авторитетних учених та дослідників. Так, в основу теоретичного осмислення**

**теми покладено теорію соціального научання А. Бандури, теорію користі та**

**задоволення, теорію соціально-комунікаційної технології мутації/інмутації**

**О. Холода, концепцію соціальної адаптації дитини у процесі гри**

**Л. Виготського, теоретичні напрацювання з психології розвитку людини**

**Г. Крайга, тлумачення соціального інжинірингу Г. Почепцова, визначення**

**соціального маркетингу Р. Харріса, фундаментальні роботи В. Іванова, Г.**

**Почепцова, В. Різуна, в яких систематизовано теорії масової комунікації та**

**масово-комунікаційні моделі, трактування медіаосвіти В. Івановим, концепції**

**шкіл раннього й розвивального навчання Г. Домана, М. Зайцева, С. Френч,**

**концепція оптимальної моделі розвивального телебачення А. Когатько та**

**пізнавального телебачення Ю. Єршова, концепцію інтелектуального дозвілля**

**А. Кислова. Крім того, дослідницький інтерес становлять офіційні**

**документи: державна концепція виховання дітей та молоді, національна**

**доктрина розвитку освіти тощо.**

**Більшу частину теоретичних розвідок чи практичних рекомендацій з**

**теми ед’ютейнменту складають праці західних фахівців – педагогів,**

**медійників та соціальних працівників, таких як А. Бадвей, Д. Бакінхем,**

**Х. Бойер, Х. Васерман, К. Вонг, Л. Лагерферт, В. Лакайо, Г. Локслей,**

**Р. Мьорфі, Ф. Мюлер, М. Реснік, Е. Сіньєл, М. Чанг та ін.**

**Починаючи з 2010-2011 рр. поняття “эдьютейнмент” (транслітерація**

**“edutainment” російською мовою) з’являється на сторінках російської**

**наукової та публіцистичної періодики у працях О. Богданової,**

**В. Євдокимова, Г. Данилової, Л. Ілюшина, А. Кислова, Н. Кобзєвої,**

**С. Кувшинова, А. Сакоян, Д. Токбаєвої та ін. В Україні є згадування про**

**ед’ютейнмент у наукових статтях В. Гоян, В. Іванова, Н. Зражевської,**

**Г. Почепцова, Н. Симоніної.**

**У процесі підготовки дисертації праці багатьох сучасних дослідників**

**склали необхідну теоретичну базу для усвідомлення й трактування понять і**

**тем, дотичних до вивчення технології ед’ютейнмент, та впровадження**

**технології на українському телебаченні.**

**Так, наприклад, відомості про комунікаційні, інформаційні стратегії і**

**технології, про соціальний інжиніринг, маніпуляцію та вплив медіа**

**знаходимо у роботах О. Ануфрієвої, В. Бабенко, І. Дичківської, О. Зарицької,**

**Н. Зражевської, В. Іванова, В. Корнєєва, О. Кузнецової, Г. Мельник,**

**О. Морозової, З. Остропольської, О. Петрунько, Г. Почепцова, В. Різуна,**

**А. Скрипки, В. Степанова, В. Татенка, Ю. Фінклера, О. Холода, М. Чепіль,**

**С. Шумаєвої та ін.**

**Про потенційну силу телебачення, про функцію виховання, освіти та**

**соціалізації, використання можливостей телебачення в освітніх цілях писали**

**Л. Акоєва, В. Бабенко, Р. Биков, О. Білоус, О. Богданова, Дж. Брайант,**

**В. Владимиров, В. Єгоров, Ю. Єршов, А. Камінська, А. Кантор, М. Канюка,**

**О. Квашук, А. Когатько, О. Констянтинова, К. Кошак, Дж. Лалл, І. Лапіна,**

**В. Лизанчук, А. Маченін, І. Мащенко, О. Невмержицька, І. Пенчук,**

**Є. Прохоров, А. Сагітов, О. Самарцев, Сунь Сіньшен, С. Сургай, Н. Темех,**

**І. Фомічова, Р. Харріс, Е. Хлякіна, Л. Чашко, І. Челишева, Е. Шестакова,**

**А. Юсипович та ін.**

**Питання комерційної журналістики розглядалися у роботах**

**В. Владимирова, О. Гояна, М. Недопитанського. Про інтернет-ресурси як**

**невід’ємну практику інформаційного суспільства, інтернет-телебачення та**

**онлайнову журналістику йдеться у працях А. Анан’єва, І. Артамонової,**

**Л. Городенко, Б. Потятиника, Т. Фісенко, Л. Федорчук, Є. Цимбаленка.**

**Питання медіаосвіти досліджували О. Баришполець, Г. Онкович,**

**Л. Найдьонова, Б. Потятиник, В. Різун, І. Челишева, І. Черемис. Окремо були**

**розглянуті й праці таких фахівців, як І. Городняк, І. Гуріненко, Н. Дудник,**

**К. Кошак, В. Матвієнко, І. Пенчук, О. Петрунько, А. Сагітов, А. Сафаян,**

**В. Ткач, І. Фомічова, М. Чепіль, які розробляли тему соціалізації особистості**

**під впливом засобів масової інформації.**

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема**

**дисертації пов’язана з комплексною науковою темою НДР №11БФ045-01**

**“Український медійний контент у соціальному вимірі” Інституту**

**журналістики Київського національного університету імені Тараса**

**Шевченка.**

**Мета і завдання дослідження. Мета роботи полягає в тому, щоб**

**систематизувати знання про становлення ед’ютейнменту як соціальнокомунікаційної технології, визначити його сучасний стан, а також**

**перспективи розвитку на українському телебаченні, зокрема в програмах для**

**дитячої аудиторії.**

**Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких завдань:**

**- окреслити історіографію та основні етапи становлення ед’ютейнменту;**

**систематизувати дефініції; проаналізувати комунікаційні теорії основ**

**ед’ютейнменту;**

**- дослідити наявні сфери впровадження і форми реалізації технології**

**“освіта+розвага”; виявити й описати програми українських телеканалів, яким**

**притаманні риси ед’ютейнменту;**

**- провести моніторинг телевізійних каналів “Піксель” та “Плюсплюс”;**

**проаналізувати їхнє ефірне наповнення з погляду наявності у програмах**

**ед’ютейнменту, а також узагальнити досвід роботи іноземних телеканалів**

**для дитячої аудиторії;**

**- провести експертне опитування щодо використання телебачення з**

**метою розвитку, освіти й навчання аудиторії, а також застосування**

**технології ед’ютейнмент;**

**- проаналізувати міжнародний досвід впровадження ед’ютейнменту як**

**медіастратегії;**

**- визначити перспективність медіаосвіти та соціального інжинірингу як**

**можливих напрямів ефективного впровадження ед’ютейнменту в Україні.**

**Об’єктом дослідження є соціально-комунікаційна технологія**

**ед’ютейнмент.**

**Предмет дослідження – становлення технології ед’ютейнмент на**

**українському телебаченні, зокрема в програмах для дитячої аудиторії.**

**Методи дослідження. Для виконання поставлених у дисертаційному**

**дослідженні завдань використані такі методи: аналіз наукової літератури за**

**обраним напрямом дослідження; термінологічний аналіз; контент-моніторинг**

**для автоматизованого пошуку інформації в інтернеті; метод систематизації та**

**узагальнення; метод типологізації; комплексно-аналітичний метод – аналіз і**

**зіставлення відібраного теоретичного та відеоматеріалу; метод порівняння**

**телепрограм, що виходили в ефір телеканалів “Піксель” та “Плюсплюс”**

**упродовж 2012-2015 років; описовий метод; прогнозування.**

**Під час проведення емпіричної частини дослідження застосовано:**

**контент-аналіз (аналіз змісту ефірного наповнення телеканалів за**

**функціональним спрямуванням); метод наукового спостереження**

**відеоматеріалів, обраних для аналізу, з фіксацією даних за допомогою**

**тижневого щоденника; експертне опитування.**

**Джерельна база та хронологічні межі дослідження. Емпіричною**

**базою дослідження слугують матеріали спеціалізованих телевізійних**

**телеканалів для дитячої аудиторії “Baby TV”, “Boomerang”, “Сartoon**

**Network”, “Gulli”, “Jim Jam”, “Lale”, “Nick Junior”, “Nickelodeon”, “TiJi”,**

**“Детский”, “Детский мир”, “Карусель”, “Мультимания”, “Піксель”,**

**“Плюсплюс”, “Улыбка ребенка”, “Радость моя”. А також залучалися**

**програми з ефірного наповнення загальноукраїнських телеканалів: Інтер,**

**1+1, Україна, СТБ, Новий канал, ICTV, НТН, 2+2, ТЕТ, К1, 5 канал, Перший**

**національний (перелік було складено за сумарними даними рейтингів**

**протягом 2012-2015 рр.). Хронологічні межі дослідження: квітень 2012 р. –**

**квітень 2015 р. Загальна кількість назв опрацьованих телевізійних продуктів**

**– понад двохсот.**

**Теоретичними матеріалами дослідження є напрацювання зарубіжних і**

**вітчизняних науковців. Автор опрацювала понад 57 авторефератів та**

**дисертаційних робіт українських та зарубіжних науковців, а також близько**

**600 монографій, підручників, навчальних посібників, наукових статей,**

**доповідей, законодавчих нормативних документів та електронних ресурсів,**

**присвячених різним аспектам дослідження теми.**

**Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що на основі**

**всебічного аналізу комунікаційної технології ед’ютейнмент аргументовано**

**актуальність впровадження цієї технології, виявлено чинники її ефективності**

**та запропоновано рекомендації щодо оптимізації роботи телевізійного каналу**

**для дитячої аудиторії на засадах технології “освіта+розвага”, зокрема:**

**уперше в Україні:**

**- систематизований, узагальнений та інтерпретований теоретичний і**

**практичний досвід упровадження соціально-комунікаційної технології**

**“ед’ютейнмент”;**

**-запропоновані вузьке та широке визначення ед’ютейнменту як**

**технології і як стратегії відповідно;**

**- виявлені ознаки ед’ютейнменту в ефірному наповненні українських**

**спеціалізованих телеканалів для дитячої аудиторії “Піксель” та “Плюсплюс”;**

**- методом експертного опитування визначені перспективи впровадження**

**технології ед’ютейнмент як дієвого засобу для досягнення позитивних**

**соціальних зрушень;**

**-запропоновані напрями впровадження ед’ютейнменту в Україні у**

**рамках теорії й практики медіаосвіти та соціального інжинірингу;**

**удосконалено:**

**- розуміння можливостей сучасного телебачення для розвитку й освіти**

**аудиторії;**

**- концепцію програмної політики телевізійного каналу для дитячої**

**аудиторії;**

**набули подальшого розвитку:**

**- визначення принципів контентного наповнення спеціалізованого**

**телеканалу для дитячої аудиторії;**

**- рекомендації щодо оптимізації роботи телевізійного каналу для дітей та**

**алгоритму побудови медійної платформи для дитячої аудиторії як**

**розвивального, освітнього, адаптаційного ресурсу.**

**Практичне значення одержаних результатів. Матеріали дослідження**

**можна залучити до викладу навчальної дисципліни “Прикладні соціальнокомунікаційні технології”. Запропоновані автором рекомендації можуть бути**

**практично втілені у діяльність спеціалізованого телевізійного телеканалу для**

**дитячої аудиторії, а ідеї щодо використання технології ед’ютейнмент за**

**межами телебачення (інтернет-проекти, сфера дозвілля, соціальна сфера)**

**можуть бути використані як ідеї стартапів (від англ. startup – запуск), тобто**

**новоствореного бізнесу на основі інноваційних технологій.**

**Загальні теоретичні засади соціально-комунікаційної технологіі**

**ед’ютейнмент допоможуть студентам і аспірантам зі спеціальностей “Теорія**

**та історія соціальних комунікацій” та “Прикладні соціально-комунікаційні**

**технології” оптимізувати пошук вузькоспеціалізованої інформації,**

**організувати подальші практичні дослідження і цієї, й інших комунікаційних**

**технологій.**

**Апробація наукових результатів. Результати досліджень апробовані на**

**засіданнях кафедри телебачення та радіомовлення Інституту журналістики**

**Київського національного університету імені Тараса Шевченка; у вигляді**

**доповідей – на чотирнадцяти наукових конференціях: Міжнародна**

**студентська науково-практична конференція “Проблеми та перспективи**

**розвитку сучасних видань” (Київ, 15 квітня 2010 р.); Міжнародна науковопрактична конференція “Типологічні характеристики українського медійного**

**контенту” (Київ, 24 березня 2011 р.); Міжнародна студентська науково-**

**практична конференція “Тенденції розвитку медійного контенту: сьогодення**

**і майбуття” (Київ, 13 квітня 2011 р.); VII Міжнародна наукова конференція**

**“Сучасний інформаційний простір: журналістика та медіаосвіта” (Алушта,**

**26-30 вересня 2011 р.); Международная научно-практическая конференция**

**“Мультимедийная журналистика Евразии-2011: традиции и инновации**

**Востока и Запада” (Казань, 15-16 грудня 2011 р.); Міжнародна науковопрактична конференція “Українські медіа 2012: проблеми моделювання**

**медійного контенту” (Київ, 5 квітня 2012 р.); Міжнародна студентська**

**науково-практична конференція “Методологія досліджень молодіжного**

**медійного контенту” (Київ, 23 березня 2012 р.); XVI Международная**

**конференция, посвященная проблемам общественных и гуманитарных наук**

**(культурология, религиоведение, искусствоведение, социологические науки,**

**политологические науки) (Москва, 01 лютого 2014 р.); Всеукраїнська**

**науково-практична конференція молодих учених “Дослідження вербального і**

**невербального компонентів контенту ЗМК” (Київ, 21 березня 2014 р.);**

**Всеукраїнська науково-практична конференція “Критерії діагностики та**

**методики розрахунку впливу медіа” (Київ, 10 квітня 2014 р.);**

**Международная научно-практическая конференция “Образовательные**

**технологи ХХІ века: информационная культура и медиаобразование”**

**(Москва, 24 квітня 2014 р.); VIII Міжнародна науково-практична**

**конференція студентів та аспірантів “Молода наука Волині: пріоритети та**

**перспективи досліджень” (Луцьк, 14-15 травня 2014 р.); Международная**

**конференция “Прогностическая функция науки как основа стратегического**

**планирования” (Донецьк, 19 липня 2014 р.); Всеукраїнська науковопрактична конференція “Журналістика. Філологія. Медіаосвіта” (Полтава, 2-**

**3 жовтня 2014 р.); Всеукраїнська науково-практична конференція**

**“Український соціум та медіа: динаміка взаємодії” (Київ, 2 квітня 2015 р.).**

**Результати дослідження знайшли висвітлення у 16 наукових публікаціях**

**(загальний обсяг – 8,3 д. арк.), із них 8 статей надруковано у фахових**

**виданнях (у тому числі 1 – у закордонному), решта – у збірниках наукових**

**праць та матеріалах українських і міжнародних конференцій.**

**Структура і обсяг дисертації. Структура роботи визначена її метою і**

**завданнями. Дисертація (обсяг основного тексту 173 с., загальний обсяг 287**

**с.) складається зі вступу, трьох розділів, кожний з яких має підрозділи і**

**супроводжується висновками, висновків і списку використаних джерел, який**

**містить 387 найменувань, у тому числі 60 – іноземних, а також 20 додатків.**

ВИСНОВКИ

Дисертаціяміститьсистематизовануінформаціюпровикористання

соціальнокомунікаційноїтехнології“ед’ютейнмент”усвітіїїстановленнята

сучаснийстанатакожпроперспективирозвиткуцієїтехнологіїна

українськомутелебаченнізокремавдіяльностітелемовниківдлядитячої

аудиторії

Наосновіпроведеногодослідженнявиконаніпоставленідисертаційні

завданняйсформульованонизкувисновківяківідображаютьвиконання

основнихзавданьроботи

Проведенедослідженняісторіографіїйосновнихетапівстановлення

ед’ютейнментузасвідчилощовивченнямтеоретичнихосновтадослідженням

практичнихвиявівед’ютейнментузаймаютьсявбагатьохкраїнахсвіту

ПочинаючизрокущорічнопроводитьсяМіжнароднаконференціяз

електронногонавчанняігортаед’ютейнментуУчасникиконференції

представляютьпонадкраїнсвіту

Американськієвропейськійазійськідослідникизначнуувагуприділяють

вивченнюед’ютейнментуяктехнологіїдлярозробкикомп’ютернихта

відеоігоратакожвивченнюдосвідуплануванняйпроведеннякросмедійних

ед’ютейнменткампанійзметоюпозитивнихсоціальнихзрушеньУкраїнах

колишньогоРадянськогоСоюзуісторіографіядослідженняед’ютейнменту

представленапублікаціямиостанніхдесятироківуякихед’ютейнментв

основномукваліфікуєтьсяякпедагогічнатехнологіязокремадлявивчення

іноземноїмовиКількадослідниківописуютьед’ютейнментяктехнологію

дозвілля

ВУкраїнінинінаявнілишепобіжнізгадуванняпроед’ютейнменту

науковихстаттяхтакихдослідниківякВВГоянВФІванов

НІЗражевськаГГПочепцов

Окресленощонауковіпідходидорозуміннякомунікаційноїтеорії

ед’ютейнментумаютьтакетеоретичнепідґрунтятеоріясоціальногонаучання

теоріядифузіїінноваційтеорія“інноваційноїособистості”теорія

інмутаціїмутаціїтеоретичнізасадисоціальногомаркетингусоціального

інжинірингутаглобальногопроектуваннятеоретичніпідходипедагогікигри

тапозитивноїпсихологіїтеоріякористійзадоволенняпотребтеоріяпрямогой

обмеженоговпливутеоріякультиваціїтеоріясоціалізаціїтеоріяетапівзмін

тощо

Вивченняпрактичногодосвідувикористанняед’ютейнментувиявило

щотехнологію“освітарозвага”активнойуспішнореалізовуютьубагатьох

формахтавпроваджуютьутакихсферахяккінотелебаченнярадіодруковані

ЗМІімасовалітератураінтернетігрита“серйозніігри”виробництво

розвивальнихмоделювальнихіграшокдозвіллянауковорозважальніцентри

музеїтематичніпаркизоопаркиокеанаріумипланетаріїцентрираннього

розвиткутощо

Проведенийаналіззарубіжногодосвідусферупровадженнятаформ

реалізаціїтехнології“освітарозвага”засвідчивщоед’ютейнментє

ефективнимзасобомдляпідвищенняобізнаностіпоінформованостідля

поширеннязнаньдлявпливунаіндивідуальнуповедінкуаудиторіїістворення

умовдлязмінисоціальнокультурнихнорм

Американськідослідникинелишеосмислюютьтеоретичніаспекти

ед’ютейнментуайзадіяніякпрактикиекспертиконсультантиубагатьох

реальнихмультимедійнихпроектахякіреалізуютьорганізаціїщо

спеціалізуютьсянавпровадженніпозитивнихсоціальнихзрушеньувсьому

світіВагомимтеоретичнимнадбаннямтакоїдіяльностієтещоврезультаті

кропіткоїбагаторічноїдослідницькоїроботиед’ютейнментвизначенонелише

уйоговузькомузначеннікомунікаційноїабопедагогічноїтехнологіїайу

широкомузначенні–ед’ютейнментстратегіїПоняттястратегіїпередбачає

системудійорганізованеплануваннянароківнаперед

Установленощонасьогоднііснуєвеликакількістьвизначень

ед’ютейнменту–утекстіпредставленазначнакількістьдефініційпоняттящо

підтверджуєширотувиявівтареалізаційед’ютейнменту

Наосновісистематизаціїузагальненняаналізутаінтерпретації

теоретичногойпрактичногодосвідувпровадженняед’ютейнменту

запропонованідлявведеннядонауковогообігувУкраїнітаківизначення

ед’ютейнментуяктехнологіїАтаякстратегіїБ

АЕд’ютейнмент–цесоціальнокомунікаційнатехнологіярозробленняй

реалізаціїсимбіозуосвітитарозвагиякавикористовуєтьсяумедійнихі

позамедійнихсферахзосвітньоюметоюметоюсоціальноїадаптаціїта

розвиткурізнихверствнаселенняатакождляреалізаціїсоціальнозначущих

проектів

БЕд’ютейнмент–цестратегіявпровадженазасобамимедіаяка

використовуєрозвагуяккомунікаційнийносійзметоюпоширенняосвітніх

повідомленьдлясоціальноприйнятноїкорекціїіндивідуальноїповедінкита

реалізаціїсоціальнихзмінсиламисамогосуспільства

Удругомурозділіпредставленаджерельнабазадослідженнята

описанийфактичнийматеріалТеоретичнеопрацюваннятемищовиявило

багатоликістьед’ютейнментуйширотуможливихупровадженьцієїтехнології

змусилонасобратиконкретнийнапрямдлявивченняед’ютейнменту–уцьому

дослідженнівпровадженняед’ютейнментурозглянутонабазітелевізійного

сегментузокреманаприкладіроботидвохукраїнськихспеціалізованих

телеканалівдлядитячоїаудиторії–“Піксель”і“Плюсплюс”Вибірдля

дослідженнядитячогосегментутелебаченняпояснюєтьсяйогостратегічною

цінністюДитячетелебаченняспроможнедокластизусильщобвиховати

моральнуінтелектуальнутолерантнуукраїнськунацію

Умежахцієїроботипроведениймоніторингроботинайбільш

рейтинговихтелеканалівукраїнськоготелебаченнявпрограмахякихми

виявилирисиед’ютейнментуТопукраїнськихтелеканалівІнтерУкраїна

СТБНовийканалНТНТЕТКканалПершийнаціональний

булосформовановрезультатіпорівняльногоаналізурейтингівзарр

складенихдослідницькимикомпаніями“”та“”

якізабезпечувалимедіавимірюванняназамовленняІндустріального

телевізійногокомітетуІТКДляаналізунанаявністьтехнології

“освітарозвага”буливзятідоувагителевізійніпрограмиЧереззначнийобсяг

джерельноїбазидисертаційногодослідженнятакітелевізійніформатияк

серіалтадокументальнийфільмлишилисяпозадослідженнямхоча

потенційновонитакожможутьміститипритаманніед’ютейнментуриси

Урезультатіаналізуефірноїсіткинайпопулярнішихукраїнських

телеканалівможнастверджуватипронаявністьуїхніхпрограмахсимбіозурис

освітитарозвагищохарактернедлякомунікаційноїтехнологіїед’ютейнмент

Наведенівтекстіприкладителепрогрампокликаніпершзавсерозважити

свогоглядачайразомзтимбутидляньогоджереломцікавоїікорисної

інформаціїнакоженденьпобутовоїінформаціїабоінформаціїзфахових

питань

Надослідженихконкретнихприкладахпродемонстрованотелевізійний

ед’ютейнментякийнемаєнаметідовгостроковоїпотужноїманіпуляціїз

метоюподоланнясоціальнихнедугякнаприкладувипадкукросмедійних

ед’ютейнментстратегійТаксамоцейед’ютейнментнеможнавизначатияк

спрямованийнасерйозненавчаннядосягненнязначнихрезультатівяку

випадкузсерйознимиіграмисимуляторамитаед’ютейнментомякий

використовуютьвуніверситетськихтелевізійнихаудиторіяхабопри

дистанційномумультимедійномуелектронномунавчанні

Упроцесітеоретичногоопрацюванняйаналізунауковихта

публіцистичнихробітнатему“телебаченнядлядітей”протягомрр

отриманітакіосновнірезультати

ДецентралізаціятелемовленнявУкраїніпризвеладотогощообсяг

телемовленнядлядітейзначнозменшивсяВимогщодонеобхідногообсягу

дитячогомовленняканалиневиконуютьТелевізійнівласникиненадають

дитячимтелепрограмамвечірнійпраймтаймставлячиїхнаранку

непоодиноківипадкиколидитячіпередачітранслюютьсявнічномукінозалі

щосвідчитьпроманевруваннявліцензіїчасвиходупрограмне

обумовлюєтьсянефіксуєтьсявінівпрограмнійконцепціїканалу

Безсистемнийхарактерроботидитячоготелебаченняпризвівдо

такихнаслідківрізкезвуженнятематикипередачжанроваодноманітність

зникненняпрограмдляцілихвіковихгрупвідсутністьінформаційних

навчальнихікультурноосвітніхпередачдлядітейЗукраїнськогоекрана

майжезниклимультанімаціяспеціалізованідитячіпізнавальніпередачідитячі

телесеріалихудожнітадокументальніфільмивітчизняноговиробництва

Аналізпредставленостіукраїнськоїйзарубіжноїпродукціїна

найбільшихукраїнськихтелеканалахсвідчитьщонаукраїнськупродукцію

припадаєнайменшийобсягЦевідкриваєшляхдляпроникненняв

інформаційнийпростіркраїничужоїпродукціїщопропагуєвласнийспосіб

життяікультурноціннісніорієнтаціїнегативновпливаєнаформування

національноїсвідомостівиробленнягромадянськоїпозиції

Урезультатімоніторингуукраїнськоготелебаченняуроці

засвідченозапусквефірдвохукраїнськихспеціалізованихтелеканалівдля

дитячоїаудиторії“Піксель”медіагрупи“Інтер”та“Плюсплюс”медіахолдингу

“”Умежахцьогодослідженнябулопроведенесистематичненаукове

спостереженнязанаповненнямефіру“Пікселя”і“Плюсплюс”протягом

ррувизначеніперіодилистопад–груденьрлипеньсерпеньр

березень–квітеньрТакимчиноммиохопиливсітелевізійнісезонита

прослідкувализадинамікоюрозвиткутелемовників“Піксель”і“Плюсплюс”

відпочаткуїхньогомовленняйдосьогодні

Підчасаналізузмістовогонаповненняефірів“Пікселя”та

“Плюсплюс”мивідштовхувалисявідфункціональногоспрямування

запропонованихвефіріпрограмБуливизначенінеобхіднінанашпогляддля

дитячогомовникафункціїупоєднаннізякимирозважальнийхарактер

анімаційногоконтентувизначенихтелеканалівдозволивбистверджуватипро

наявністьрисед’ютейнменттехнологіїДопершочерговихзавданьтелебачення

длядитячоїаудиторіїбуловіднесенонавчативиховуватипросвіщатита

розважатиглядачівсприятиїхсоціалізації

Усіпрограмияківийшливефірідосліджуванихтелеканалівувизначений

періодлистопад–груденьрлипеньсерпеньрберезень–квітень

ррозподіленізафункціональнимспрямуваннямрозважальновиховні

пізнавальнонавчальніпізнавальноосвітнітарозважальніДлявсіхпрограм

телеканалів“Піксель”і“Плюсплюс”характернимиєрозважальнірисиякіє

своєріднимгачкомдляглядацькоїувагитазацікавленності

Аналізрезультатівмоніторингутелевізійнихканалів“Піксель”і

“Плюсплюс”адресованихдитячійаудиторіїзасвідчивщовефірному

наповненніукраїнськихспеціалізованихтелеканалівнаявнівсізазначенівище

типипрограмзафункціональнимспрямуваннямКількісніпоказникиу

відсоткахзапропонованихтипівпрограмнаведеніувиглядідіаграмнасторінці

утекстідисертаціїУніфікованіданідаютьзмогупобачитиповнуефірну

картинуканалуізробитивисновкищодозмістовогонаповненняконтентута

йогопотенційноїкористідляглядача

Більшучастинумовленнядосліджуванихканалівскладають

мультфільмитаанімованіпродукти

Обидваканализапустиливефірпрограмивласноговиробництва

“Піксель”–“ТіВіАбетка”“Плюсплюс”–“Знімаламама”“Казказтатом”

“Корисніпідказки”“Ценашеіцетвоє”“Плюсплюс”проводитьграмотний

брендингнаприкладновийвесняннийсезонрокупродовживпроектом

“Казказтатом”уякомутелевізійнітатусіоповідаютьзекранапропригоди

мешканцівкраїниПлюсплюс–плюсянпершісезониоживлялисторінкиказок

популярнихукраїнськихвидавництвНиніітекстийілюстраціїказок–

цілковитароботаканалуГоловнихперсонажівсвітуПлюсплюс–Трикулю

КружкатаКвадратика–буловтіленозуженаявногографічногооформлення

каналу

Аналізконтенту“Пікселя”та“Плюсплюс”показавщовефірі

каналівпредставленийпереважноякіснийпродуктдлядитячоїаудиторіїякий

можебутивикористанийзнавчальновиховноюпізнавальноосвітньою

соціалізуючоюірозважальноюметоюОднаквартозауважитищоконтент

досліджуванихтелеканалівзначнобільшоюміроюскладаєімпортований

продуктвиробництваБельгіїВеликобританіїІталіїІспаніїРосіїСШАта

Франції

Обидваканалиотримуютьсхвальніівдячнівідгукивідсвоїх

глядачів“Піксель”та“Плюсплюс”буливідзначенінагородою“Відкриття

року”телевізійноїпремії“Телетріумф”Обидваканалиєрейтинговимиіз

кожнимсезономпоказникаудиторіїкількіснозростаєКоманда“Плюсплюс”

помітножвавішетапрофесійнішепорівняноз“Пікселем”займається

розвиткомсвогоканалуяктелемовникадлядитячоїаудиторіїякийєвсі

підставивіднестидоякісних“Плюсплюс”активнозапускаєпроективласного

виробництващомаютьсхвальнівідгукиіфахівцівіширокоїглядацької

аудиторіїТакожканалрозвиваєбренд“Плюсплюс”організовуючисоціальні

ініціативизапускаючиупродажрізнісупутнітоваризілюстраціямиканалу

розмальовкизошитидитячіжурналикнигунастільнугруінавітьсерію

кондитерськихвиробів

Приклад“Пікселя”та“Плюсплюс”засвідчуєщоед’ютейнментє

ефективнимзасобомстворенняйрозвиткупомітногонамедійномуринку

гравцяіводночасосередкупозитивнихвраженьівпливівнапідростаюче

поколіннянашоїдержавиПрицьомуефірі“Пікселя”і“Плюсплюс”фактично

повністюскладаєтьсязанімаційнихпродуктівАдляцілісноготагармонійного

розвиткудитинінеобхідніпрограмирізногозмістовогоспрямування

характерустилютаспособувиконаннящобпаралельнорозвиватирозум

душуйтілодитиниДитячийконтентможеіповиненбутияскравим

привабливимцікавимтаобов’язковокорисниммаємонаувазіпізнавальнопросвітницькийосвітньовиховнийатакожсоціалізуючийпотенціал

Дляоптимізаціїпрограмноїполітикителевізійногоканалудля

дитячоїаудиторіїпропонуємопрограмирозробленізаформулою

“освітарозвага”такогозмістовогоспрямування

музичнапрограмадітитапідліткичастоскладаютьбільшучастину

аудиторіїмузичнихтелеканалів

пізнавальнапрограмапроприродурослиннийітвариннийсвітнашу

планетутакапрограмабудезатребуваноюнетількиякцікавийдляпізнання

матеріалайякнаочнийпосібникдлявивченняприродничихпредметіву

школі

програмапродітейзіншихконтинентівікраїнтакапрограмамає

потенційноширокіможливостідляналагодженнякомунікаційнихзв’язківміж

українськимидітьмитадітьмизрізнихкуточківпланетиНабазіпрограми

можнаорганізуватиклубдляспілкуваннявивченнямовийкультуриінших

народностейпошукдрузів–сучаснімобільнітаінтернеттехнологіїроблять

спілкуваннянавідстанітисячікілометрівсправоюкількохсекунд

історичнапрограмастворитициклпрограмяківідповідатимуть

шкільнійпрограміпредметів“ІсторіяУкраїни”та“Всесвітняісторія”

програмапромистецтво–музикуживопистанцітощостворити

програмунаосновіаналізурізноманітниххобісучаснихдітейвивчити

субкультуризапропонуватидитячійаудиторіїцікавійдоступніальтернативи

длязаповненнявільноговіднавчаннячасу

програмапроспорт

програмапродомашніхтварин

інтелектуальнавікторина

програмазарядка

трансляціятеатральнихвиставконцертівпоказкінострічок

програмагразаучастюдітейгравцівЦеможебутиактивнарухома

марафонграякаполягатимеузмаганніміжкомандамиТакожможливе

створенняоглядупопулярноїнастільноїгризілюстрацієюперебігугриз

реальнимиучасникамигравцяминаприкладгра“Мафія”чи“Монополія”

програмачитанкавіноземнійтелепрактицієбагатовзірцевихприкладів

такихед’ютейнментпроектівдивдодатокСМетоюпропонованоїпрограми

єнавчитиглядачівчитатиабожпокращитиїхнєвміннярозширити

словниковийзапасвдосконалитинавичкисловотворуТакожутакупрограму

можнавключитиоглядякновиноктакікласичнихлітературнихтворів

ширитиінформаціюпролауреатівлітературнихпремійзапровадитиконкурс

накращийлітературнийтвіработелевізійнийсценарій

програмапровибірмайбутньогофахуможливийформат–це

ознайомленняглядачаізспецифікоюперевагамийнедолікамитоїчитої

професіївіртуальніекскурсіїдовишіватакожпрогнозиекспертівсоціологів

щодозатребуваностіпрестижностітарівняоплатикотроїсьізспеціальностей

програмапродомашніклопотитадопомогубатькаміблизьким

програмаможеміститикорисніпобутовіпорадипривчатидитинудопорядку

вчитибутичуйнимитауважнимидочленівсвоєїродинипроявлятитурботуй

допомагативдомашніхсправах–трудовевиховання

програмапроіграшкипронайпопулярнішііграшкиактуальніколекціїта

захопленняпроновинки–чивартовитрачатигрошінатучитуіграшкуНа

базітакоїпрограмиможнастворитиклубобмінуіграшкамиміжглядачами–

дехтовженагравсяадехтолишемрієпроякусьізіграшок

програмапроздоровізвичкигігієнукультурувідпочинкуправильне

харчуваннярегулярнімедичніобстеженнясексуальнуосвітузагальнолюдські

цінностітадобрісправиактивнийспосібжиттянабазітакоїпрограми

можливевідкриттямережікафечибуфетівздоровогохарчуванняякодиніз

можливихнапрямівбрендингутелеканалуВідомийувсьомусвітішефкухар

ДжейміОліверєнетількиупізнаваноюмедійноюособою–післястворення

серіїтелевізійнихкулінарнихпрограмвінвпровадивсистемуздорового

харчуванняушколахВеликобританіїівідкривмережузакладівхарчування

Працюватидлядитячоїаудиторії–значитьпрацюватинамайбутнєтож

необхіднотверезовідповідальнооцінитизначенняцієїроботиідокладати

максимумзусильдляствореннятакогомедійногоосередкуякийбуденелише

популярнимтазатребуванимсередглядачівайматимепозитивнірезультати

черезграмотноподанітавкладенівконтекстиповідомленняСтратегічнийсенс

широкоговпровадженнятехнологіїед’ютейнментуроботутелевізійного

мовникадлядитячоїаудиторіїполягаєвзабезпеченніцілісногорозвитку

кожноїдитинипозитивноїсоціалізаціїпідростаючогопоколінняйогодуховно

моральногостановленнявихованнядітейгромадянамиукраїнського

демократичногосуспільстваздатнимиреалізовуватисвійособистісний

потенціалвінтересахсуспільноготаособистогоблага

Роботутелеканалів“Піксель”і“Плюсплюс”булопроаналізованокрізь

призмуміжнародногодосвідудіяльностітелеканалівдлядитячоїаудиторії

Емпіричнубазудослідженнясклалипрограминелише“Пікселя”та

“Плюсплюс”айтакихспеціалізованихтелевізійнихтелеканалівдлядитячої

аудиторіїяк“”“”“С”“”“”

“”“”“”“”“Детский”“Детскиймир”

“Карусель”“Мультимания”“Улыбкаребенка”“Радостьмоя”Загальна

кількістьназвопрацьованихтелевізійнихпродуктів–понаддвохсот

Упроцесідослідженнящодокожноготелеканалувизначалисятакі

параметрийоговіковаорієнтаціянаякустатьрозрахованийтелемовник

зовнішняорганізаціятижневоїсіткимовленнярозподілконтентузатипами

функціональнеспрямуваннямова

Аналіздосвідуроботиіноземнихтелеканалівдлядитячоїаудиторії

свідчитьщодіяльністьбільшоїчастинидосліджуванихнамителеканалів

спрямовананарозвитокосвітутасоціальнуадаптаціюглядачаЦеговорить

просоціальнувідповідальністьдитячихтелеканалівзазмістпрограматакож

запропагованіекраномцінностізразкиймоделіповедінкиОсновначастина

проаналізованихдитячихтелеканалівзаповнюєефірпізнавальноосвітнім

пізнавальнонавчальнимтарозважальновиховнимконтентомВосновномуце

анімованіпрограмишоутамультсеріалифільми–якіснийавторськийпродукт

змістовнийцікавийтаголовнекориснийдлядітейспрямованийна

ненав’язливевихованняйнавчанняглядачів

Наосновіміжнародногодосвідузурахуваннямнаціональної

специфікизапропонованийалгоритмпобудовимедійноїплатформидлядитячої

аудиторіїякрозвивальногоосвітньогоадаптаційногоресурсуЦейалгоритм

передбачаєпроцесрозростаннятелеканалувпотужнумедіаплатформу–коли

навколотелеканалутайогоконцепціївиникаєпопулярнийінтернетресурс

запускаютьрадіохвилюпочинаєтьсямасовевиробництвоіграшокякінесуть

насобіграфічнеоформленнятелеканалуабоявляютьсобоюперсонажівйого

оригінальнихпрограмдрукуютьсякнижкикоміксидитячіжурналисерії

наліпокірозмальовокнаосновізмістутелеефірутелеканалстаєініціаторомта

організаторомпроведенняактивногодозвіллязаучастюглядачівмасштабних

соціальнихакційтощоНасьогоднітелеканали“Піксель”і“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своїхефірівщо

вимагаєвіднихдитячийформатактивізуютьдіяльністьусферідозвілля

проведенняакційіконкурсіврозширюютьпокриття

Обґрунтованозастосуваннятехнології“освітарозвага”яка

зарекомендуваласебеякдієвийзасібосвітирозвиткусоціалізаціївроботі

телевізійногоканалудлядитячоїаудиторіїМожнавважатидоцільним

використанняед’ютейнментудляоптимізаціїзмістуіформиподачіінформації

Моніторингтааналізпрограмногонаповненняефірівнайбільш

рейтинговихтелевізійнихканалівУкраїниатакождвохспеціалізованих

каналівдлядитячоїаудиторіїзасвідчивщоукраїнськетелебаченнятаксамояк

ісучаснетелебаченнявусьомусвітіактивновикористовуєтехнологію

ед’ютейнменту

Дляоцінюванняреальнихможливостеймедіавудосконаленні

дійсностівтомучислізадопомогоювпровадженнятехнології

“освітарозвага”булопроведенеекспертнеопитуванняПрогнозуванняна

основіметодуекспертнихоціноквизначаєтьсяякнауковообґрунтований

прогнозЕкспертамибулообраноукраїнськихмедівниківдержавнихдіячівта

науковцівугалузісоціальнихкомунікаційНайбільшзручнимспособом

проведенняекспертногоопитуванняєопитуваннязадопомогоюресурсуҐуґл

Формс–щодалозмогунетількипідготувати

анкетуайавтоматичнозібратиупорядкуватитазберегтиданіОпитувальник

булопідготовленоутрьохваріантахукраїнськоюросійськоютаанглійською

мовамиУрезультатіпроведенняопитуваннябулоотриманозагаломтрьома

мовамиавтоматичнозбереженихформвідповідей

Узагальненняйобробкаіндивідуальнихоціноккваліфікованихекспертів

далозмогуотриматиколективнудумкущомаєдостатнійступіньдостовірності

танадійностіЗважаючинапомітнувідсотковуперевагунакористьпозитивних

прогнозівщодоможливостеймедіавпроцесахосвітирозвиткутасоціальної

адаптаціїаудиторіїатакожвпровадженняед’ютейнментузметоюсоціальних

зрушеньмипередбачаємопозитивнудинамікуврозвиткутехнології

“освітарозвага”вукраїнськомумедіапросторі

Систематизованоміжнароднийдосвідупровадженняед’ютейнменту

якмедіастратегіїВиявленощоед’ютейнментстратегіявиробляєкориснупопкультуруйвикористовуєтрадиційнійновітнірозважальніформатищоб

залучитимасовуаудиторіюдовирішенняболючихпитаньсучасногожиттята

мобілізуватимасинасоціальнізміниПрицьомустимулюєтьсяпублічний

дискурсщодошляхівдосягненнябажанихрезультатівусоціальному

середовищі

Практикувпровадженняед’ютейнментуякмедіастратегіїми

розглянулиумежахдіяльностітрьохорганізацій“Прорив”

“Душаміста”“Місцезустрічі”

Процесивпровадженняед’ютейнментуякмедіастратегіїдализмогу

визначитизанаявностіякихобов’язковихелементівед’ютейнмент

впровадженоякіснозваженийпродуманийбалансосвітньогота

розважальногокомпонентіввключенняосвітньогочисоціального

повідомленнявисокаякістьроботинавсіхетапахстворенняпродуктуабо

проведеннякампаніїактуальнийконтентдослідженнямедіаефектівта

оцінкасиливпливутогочиіншогоЗМІтестуванняефективності

мультимедіащобільшезалученоканалівЗМІтобільшимєпотенційний

впливіохопленняаудиторіїрозуміннящозміниневідбуваютьсямиттєво

керуваннятеоріямизміниповедінкитатеоріямикомунікації

консультаціязекспертамизабезпеченнямоніторингуйоцінювання

щобматиуявленняпрорезультатироботи