

Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет
Факультет журналістики
Кафедра журналістики

Ю. В. ЛЮБЧЕНКО

ІНФОРМАЦІЙНЕ РАДІОМОВЛЕННЯ

Навчально-методичний посібник
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра
напряму підготовки «Журналістика»

Затверджено
Вченою радою ЗНУ
Протокол № __ від __ _____ 2016 року

Запоріжжя
2016

УДК : 379.823(075.8)

ББК : Ч63я73

Л935

Любченко Ю. В. Інформаційне радіомовлення : навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра напряму підготовки «Журналістика» / Ю. В. Любченко. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 99 с.

У навчально-методичному посібнику в систематизованому вигляді подано програмний матеріал дисципліни «Інформаційне радіомовлення», що призначена для студентів спеціалізації «Радіожурналістика».

Викладено основні принципи і правила діяльності інформаційної служби сучасної радіостанції, правила написання інформаційних повідомлень для випусків радіоновин; подано алгоритм створення радіоповідомлень від пошуку інформації до монтажу випуску; зроблено акцент на сучасні погляди науковців на жанрову систему, мову і стиль радіоповідомлень, верстку інформаційних випусків. Для формування необхідних навичок запропоновано практичні завдання різних рівнів складності.

Рецензент – к. пед. н., доцент Костюк В.В.

Відповідальний за випуск – к.н. із соц. ком., доцент Любченко Ю.В.

ЗМІСТ

	Вступ.....	4
1	Зміст практичних занять.....	6
	Заняття 1-2. Історія інформаційного мовлення України.....	6
	Заняття 3-4. Організація роботи інформаційної служби радіо.....	11
	Заняття 5-6. Інформація в каналі радіомовлення.....	15
	Заняття 7-8. Виразальні засоби радіожурналістики в інформаційному мовленні.....	21
	Заняття 9-10. Структура радіоновин.....	25
	Заняття 11-12. Виклад новин для передачі по радіо.....	31
	Заняття 13-14. Виклад тематичних новин.....	36
	Заняття 15-16. Монтаж випуску новин.....	42
	Заняття 17-18. Верстка радіоновин.....	48
	Заняття 19-20. Система жанрів у радіомовленні. Інформаційні жанри радіожурналістики.....	53
	Заняття 21-22. Жанрові характеристики радіорепортажу.....	57
	Заняття 23-24. Жанроутворюючі елементи радіозвіту.....	62
	Заняття 25-26. Інтерв'ю на радіо: підготовка та проведення.....	68
	Заняття 27-28. Форми інформаційного мовлення.....	73
	Заняття 29-30. Мова і стиль інформаційних повідомлень. Читання інформаційних радіопрограм.....	77
	Заняття 31-32. Сучасні тенденції розвитку інформаційного радіомовлення в Україні.....	83
2	Індивідуальне практичне завдання	88
3	Перелік запитань до іспиту	89
4	Тестові завдання	90
5	Глосарій.....	93
6	Рекомендована література.....	96

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни «Інформаційне радіомовлення» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра напряму підготовки «Журналістика»

Предметом вивчення навчальної дисципліни є система правил і принципів написання радіоповідомлень для випусків радіоноvin та інформаційних радіопередач. Також вивчення дисципліни дає змогу студентам орієнтуватися в інформаційному потоці, відділяти головне від другорядного, логічно викладати думки; знайомить із сучасними поглядами науковців на жанрову систему, мову і стиль радіоповідомлень, верстку інформаційних випусків. Здобуті знання і навички знадобляться для роботи в одній з найважливіших ланок радіоорганізацій – інформаційній службі. Вивчаючи розділи дисципліни, студенти мають засвоїти правила написання радіоматеріалів різних жанрів, принципи побудови текстів, мову і стиль, особливості озвучення радіоповідомлень, їх монтаж і верстку.

Програма навчальної дисципліни допоможе студентам не тільки опанувати сучасні принципи, методи і правила підготовки та подачі радіоматеріалу, але й виробити практичні навички у створенні радіоповідомлень різних жанрів, побудові випусків новин та інформаційних програм.

Метою викладання навчальної дисципліни «Інформаційне радіомовлення» є: формування поглибленого уявлення про інформаційну складову сучасного радіомовлення; знання про історію становлення інформаційного радіомовлення та його сучасний стан; засвоєння правил збору, обробки і подачі інформації в ефір; опанування студентами основних принципів формування випусків новин та інформаційних програм. Навчальна дисципліна «Інформаційне радіомовлення» передбачає практичну складову, що являє собою набуття студентами практичних навичок у пошуку інформації, її обробці, написанні повідомлень, начитуванні тексту, його запису та монтажу.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Інформаційне радіомовлення» є:

- ознайомити студентів з основами підготовки радіоноvin, необхідними для успішного виконання журналістських завдань в радіоредакціях;
- дослідити історію інформаційного радіомовлення України та його розвиток на сучасному етапі;
- навчити студентів відтворювати радіотексти з урахуванням вимог до стилю й мови інформаційних радіоповідомлень;
- надати можливість студентам напрацювати навички підготовки журналістських матеріалів різних жанрів, що стосуються: пошуку інформаційного приводу з елементами події, складання та написання замітки, звіту, інформаційного репортажу, кореспонденції та інтерв'ю;
- познайомити з особливостями монтажу радіоповідомлення, випусків новин та інформаційних радіопередач;

- навчити правилам компонування журналістських матеріалів інформаційних жанрів, створення випусків та блоків новин;
- опанувати теоретичні розвідки провідних науковців щодо сучасних тенденцій жанротворення в радіожурналістиці.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні ЗНАТИ:

- історію інформаційного радіомовлення України та сучасні тенденції радіожурналістики;
- структуру інформаційної служби сучасної радіостанції та принципи інформаційної діяльності радіоорганізацій;
- що таке «інформація», «новина», «радіоповідомлення», їхні особливості, сучасні погляди науковців на ці категорії;
- будову інформаційного повідомлення та принципи викладу інформації в радіоновинах;
- особливості збору, обробки і подачі інформації на радіо, основні методи викладу новин, їх тематичні різновиди;
- виражальні властивості слова, музики та шумів в різних жанрах інформаційного радіомовлення;
- правила оформлення звукової інформації в новинному радіоповідомленні;
- жанрові характеристики радіоповідомлень, особливості їх створення;
- форми інформаційних програм, їхню верстку, читання;
- особливості мови і стилю радіоновин;

УМІТИ:

- працювати з джерелами інформації та збирати факти;
- знаходити інформаційний привід з елементом подієвості й професійно оцінювати його;
- ефективно обирати необхідні факти та перевіряти їх;
- викладати інформацію у правильній послідовності;
- надавати матеріалу вдалого мовного оформлення, враховуючи особливості сприйняття аудиторією радіоінформації;
- використовувати звукову інформацію;
- застосовувати виражальні засоби під час створення радіоматеріалів;
- створювати різножанрові інформаційні радіоповідомлення;
- здійснювати верстку випуску новин;
- самостійно начитувати, записувати й монтувати інформаційний випуск.

1. ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Заняття 1-2

ІСТОРІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

План

1. Передумови виникнення інформаційного радіомовлення в Україні. Радіогазета як перша форма інформаційного мовлення в Україні.
2. Довоєнний період становлення інформаційного мовлення.
3. Інформаційне мовлення в Україні в часи другої світової війни.
4. Повоєнний період українського радіомовлення.
5. «Інформаційний вибух» українського мовлення.
6. Інформаційне мовлення в роки перебудови.
7. Інформаційне радіомовлення в умовах незалежності.

Основні терміни і поняття: інформаційне радіомовлення, радіогазета, новини, інформаційно-музична програма, кореспондент, репортаж, трансляція, д्रोнове радіо, інформаційна служба радіо.

Питання для самоконтролю:

1. Визначте причини непопулярності радіогазет у системі інформаційного радіомовлення України.
2. Визначте основні етапи розвитку інформаційного радіомовлення в Україні.
3. Назвіть основні принципи інформаційної діяльності.
4. Дайте характеристику сучасному стану інформаційного радіомовлення в Україні.
5. Визначте основні етапи розвитку Запорізького регіонального радіомовлення.

Самостійна робота:

1. Визначте проблематику передач інформаційного мовлення в різні періоди його розвитку. Із архіву радіоматеріалів (сайт «Старое радио», <http://www.staroradio.ru>) оберіть приклади радіосюжетів, що демонструють проблематику радіогазет, радіоновин, радіопередач. Підготуйтеся до демонстрації цих матеріалів під час заняття.
2. Складіть таблицю основних подій, що вплинули на розвиток інформаційного радіомовлення (з 1926 по 1991 рр).
3. Підготуйте матеріали про історію становлення інформаційного радіомовлення в Запоріжжі, найвидатніших радіожурналістів Запорізького краю.

Методичні рекомендації

Для підготовки теоретичних питань та виконання практичних завдань і самостійної роботи слід звернути увагу на історичні події, що відбувалися в

Україні та на тенденції розвитку технічних засобів. Передісторією розвитку радіомовлення є радіотелеграфний етап, бездротова передача сигналу з апаратної на прийомний пристрій, радіоприймач. Сприйняття радіо як суто технічного засобу зв'язку тривало недовго, що зумовлювалося загостренням політичної обстановки та удосконаленням завдань радянської влади. Йдеться про потребу централізації влади, що сприяло використанню радіо як засобу політичної агітації та пропаганди.

На початок 20-х рр. ХХ століття, відколи веде свій початок радіо як засіб масової інформації, пресова журналістика вже сформувала основні принципи й стандарти інформаційної діяльності. Тому радіо у своїй діяльності спиралось на досвід друкованих органів, зокрема газет.

Свою історію інформаційне радіомовлення веде від радіогазет, що мали інформувати, агітувати, пропагувати й головне – організовувати своїх слухачів. За формою вони мало чим відрізнялись від друкованого варіанту газети, що передавалась за допомогою засобу зв'язку. Перший випуск Всеукраїнської робітничої радіогазети «Пролетар» був переданий із Харкова 10 грудня 1926 року. Дослідники говорять про цей період як час учнівства для інформаційного радіомовлення, як час, коли новий вид журналістики засвоює можливості й досвід традиційної журналістики, тобто друкованої, газетної. Радіогазету «Пролетар», що мало чим відрізнялась від друкованого варіанту, читали два диктори. Текст був оформлений двома музичними номерами і звучав в ефірі протягом 22 хвилин. За рік було підготовлено й передано в ефір 4 випуски радіогазет.

У серпні 1927 року радіогазета відокремлюється від однойменного друкованого видання, на базі якого вона до того готувалась, і стає самостійним радіовиданням із новою назвою «Радіопролетар». Над його підготовкою працюють 50 робітничих кореспондентів, які надсилали до редакції дописи із заводів і фабрик. Окрім самостійно підготовлених матеріалів у ефірі звучали і газетні публікації. Головні теми: для селян, для молоді, для військовослужбовців, а також літературні й музичні журнали.

З 1 січня 1929 року в СРСР було запроваджено сітку мовлення, відповідно до якої затверджувався фіксований розклад радіопередач. Сітка мовлення сприяла формуванню постійної аудиторії радіогазет. У 1930 році аудиторія вже перейменованої «Робітничої радіогазети» налічувала десятки тисяч слухачів. У її підготовці були задіяні 500 робкорів.

Збільшенню аудиторії сприяв також перехід радіо з ефірного на дротове (1928–1929 рр.). Дротове радіо – це унікальне явище, що існувало в республіках колишнього СРСР. Ідеологічне значення такого радіо виправдовувало фінансові витрати на радіофікацію населення. У такий спосіб слухач позбавлявся права вибору радіостанцій, що обмежувало кількість джерел інформації.

За зразком «Робітничої радіогазети» створювались інші українські радіогазети. Після Харкова подібні випуски готувались у Києві, Дніпропетровську, Одесі, Артемівську. Пізніше через трансляційні вузли радіогазети змогли чути і в інших містах України. Із 1930 року радіогазети посідають основне місце в усній

системі радянського радіомовлення. Лише з Харкова їх видається близько 20. Вони адресуються досить широким колам населення. Керував підготовкою радіогазет відповідальний редактор Фелікс Солод – один із засновників інформаційного мовлення в Україні.

Із часом радіогазети викликали чимало нарікати як із боку журналістів, так і з боку слухачів. Журналістів не задовольняла підпорядкованість партійним органам та невідповідність радіогазет специфіці усного мовлення, що для радіо є визначальним. Слухачі скаржились на заполітизованість та погане музичне оформлення радіогазет. У серпні 1932 року внаслідок критики, що лунала на адресу радіогазет з боку слухачів, громадськості й преси, та неефективного виконання ідеологічних завдань, вони були ліквідовані.

На зміну радіогазетам прийшли нові способи та форми організації інформаційних матеріалів. Вони стали оперативніші та задовольняли інформаційні запити слухачів. Серед нових форм – «Останні вісті», ефективну підготовку яких вдалося налагодити в Києві, куди в 1934 році переїхав Всеукраїнський радіокомітет. На відміну від вузькопрофільних радіогазет, «Останні вісті» були адресовані не окремим категоріям слухачів, а різним категоріям населення: городянам і селянам, людям похилого віку й молоді, військовим і домогосподаркам. Випуски позбулися довгих статей, нарисів, бесід, які за потреби можна було прочитати в газеті. Вони стали коротко знайомити аудиторію з усіма важливими новинами внутрішнього й міжнародного життя країни. Важливо й те, що випуски стали швидше доходити до слухачів.

Другою, не менш важливою, формою стали позастудійні передачі безпосередньо з підприємств, що давали змогу досягти високої оперативності й переконливості. Жанрової самостійності набуває виступ перед мікрофоном. У практику інформаційного мовлення поступово входять репортажі з місця подій. У такий спосіб здійснюються висвітлення демонстрацій, мітингів. Ще одним засобом впливу на свідомість слухачів стали радіопереклики («радіомости»), під час яких журналісти налагоджували прямоефірне спілкування представників різних виробничих колективів, що змагалися між собою. Загалом напередодні II світової війни на території України діяло 10 радіостанцій та 624 радіотрансляційні вузли.

Радіо стало першим ЗМІ, що сповістило про початок війни. Перші випуски «Останніх вістей» розповідали про гнів і обурення населення, готовність стати на захист Батьківщини. Після евакуації радіокомітету до Саратова розпочала свою роботу радіостанція ім. Т. Шевченка, в ефірі якої щодня лунала інформація про найважливіші події на фронтах, у країні та за кордоном. Також під час війни здійснювали мовлення радіостанції «Радянська Україна», «Дніпро» та ін. Основна функція радіомовлення в роки війни – підвищення духу населення, оспівування героїзму українського народу, інформування про перебіг військових дій тощо.

Після визволення столиці України (1943 рік) міські трансляційні мережі почали вести інформаційні випуски, що передавалися тричі на добу. Наприкінці

1945 року інформаційній службі республіканського радіо допомагало місцеве радіомовлення, що на той час функціонувало в усіх обласних центрах.

Післявоєнний період розвитку інформаційного радіомовлення пов'язаний із відновленням радіомереж та продовженням радіофікації населення, що мало велике значення, зважаючи на розширення аудиторії. Київська редакція готувала 7 випусків «Останніх вістей», огляди республіканської преси, щосуботи випускала журнали радіохроніки «Наш тиждень», спортивні випуски. Діяльність столичної інформаційної служби доповнювали 25 редакцій «Обласних вістей» і 120 редакцій районного радіомовлення. Але разом із тим, як і мовлення інших союзних республік, українська служба мала стати на шлях «доповнень» передач для Центрального мовлення, що велося з Москви. Головна увага зосереджувалась на соціалістичних змаганнях, виконання п'ятирічок, показ трудового героїзму.

Істоне значення для поліпшення інформаційного радіомовлення мало вдосконалення техніки радіомовлення. Нова звукозаписуюча апаратура сприяла появі нових форм подачі інформації: звукозапис можна було здійснювати в будь-якому місці. Із освоєнням техніки монтажу магнітної стрічки у практику інформаційного мовлення широко входить радіорепортаж.

Важливу роль у діяльності інформаційного радіомовлення відіграла у ті часи постанова ЦК КПРС «Про поліпшення радянського радіомовлення» (29 січня 1960 р.), яка зобов'язала Телеграфне Агенство Радянського Союзу (ТАРС) давати інформацію для центрального й місцевого радіомовлення. Відтоді інформаційні служби починають отримувати з Москви коментарі по телетайпу, запроваджують інтерв'ю телефоном, збільшується кількість репортажів, вводяться ранкові виступи кореспондентів. Із жовтня 1962 року випуски стали передаватися по трьох програмах республіканського радіо.

Ще одним здобутком періоду «відлиги» став дозвіл на ЦК КПРС на організацію трансляції цілодобової інформаційно-музичної радіопрограми «Маяк» (Москва), що згодом стала зразком для наслідування в колишніх союзних республіках. За принципом «Маяка» у квітні 1965 року розпочала роботу українська інформаційно-музична радіограма «Промінь», в якій випуски новин чергувалися з музичними концертами. Така побудова програм давала змогу одночасно з розвагою інформувати слухачів, давати цікаву, свіжу інформацію.

У 1966–1970 роки обсяги інформаційного мовлення з Києва зросли більше, ніж у сім разів. Якщо у 1966 році інформаційна служба Українського радіо передавала щодоби 100–110 повідомлень про події внутрішнього й міжнародного життя, то на кінець 70-го року їх було вже 400.

Протягом другої половини ХХ століття обсяги мовлення зросли, проте спостерігались «застійні» явища в творчому пошуку радіожурналістів. Інформаційна служба не виявляла бажання до новаторських пошуків, а тому в практиці переважало копіювання й повторення вже знайденого. У випусках новин повторювалися близькі за змістом повідомлення, в яких змінювалися лише цифри та прізвища.

У роки перебудови найважливішим досягненням і яскравим свідченням оновлення інформаційного мовлення стала ранкова інформаційна програма, перший випуск якої з'явився в ефірі 1 січня 1988 року. Нова програма лунала протягом години і містила випуск новин, аналітичну частину та чимало прагматичної інформації: відомостей про погоду, рівень води в річках, відповіді на питання слухачів, огляд пошти тощо. Все це не регламентувалось жорстким розкладом передач і подавалося після музичних відбивок і пауз. Також ранкова програма зламала застарілі принципи класичного радіомовлення, за якими журналісти мали лише писати, а диктори – лише зачитувати їхні тексти. Творці ранкової програми стали практикувати редакторський метод ведення передач. Крім дикторів, ранкову програму почали вести ще й журналісти, які готували програму до виходу в ефір.

Важливою прикметою інформаційного мовлення у роки перебудови стали прямі ефірні передачі, у тому числі прямі трансляції сесійних засідань Верховної Ради України, які інформаційна служба налагодила у 1990 році. Ще одним нововведенням тих років стало «телефоне радіо», з появою якого слухачі дістали можливість одержувати відповіді на свої телефонні звернення прямо в студії, в прямому ефірі. Таке спілкування в прямому ефірі породило нові форми програм (інтерв'ю, ігрові програми, вікторини).

Після проголошення незалежності України інформаційне радіомовлення зазнало докорінних змін. Українське радіо повністю перейшло на власну сітку мовлення (1 січня 1992 р.). Змінились принципи засади функціонування радіомовлення. Якщо за часів Радянського Союзу функцію інформаційного мовлення розглядали як агітацію, то в 90-ті рр. в основу діяльності покладені принципи достовірності, об'єктивності, своєчасності, доступності та плюралізму. У кожному обласному центрі відкрились обласні радіокомпанії. Через довгі хвили транслюються інформаційні програми радіостанцій «Голос Америки», «Свобода», «Бі-Бі-Сі». Інформаційне мовлення Національної радіокомпанії України є багатопрограмним. Потужно представлено інформаційне мовлення й у програмах Всесвітньої служби радіо України, яка задовольняла інтереси зарубіжної аудиторії щодо нашої держави. В ефірі радіокомпаній з'явилися спеціалізовані радіожурнали й програми: «Діловий канал», «Парламентський канал», «Наша армія», що стали своєрідним продовженням інформаційних програм.

Для виконання практичного завдання щодо сучасних тенденцій розвитку інформаційного радіомовлення в Україні варто опрацювати матеріали сайту <http://www.telekritika.ua>. Це можуть бути експертні оцінки, результати соціологічних досліджень, дискусії тощо. При підготовці слід визначити позитивні тенденції й негативні прояви суспільного, цифрового й інтернет-мовлення.

Рекомендована література

1. Гоян О.Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник / О.Я. Гоян. – 2-ге вид., доп. – К. : Веселка, 2004. – 245 с.

2. Гоян О.Я. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоєфірі: Монографія / О.Я. Гоян. – К. : Наукова думка, 2005. – 325 с.

3. Кирич І. В. Суспільне радіомовлення: моделі функціонування та шляхи реалізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / Ірина Володимирівна. – Дніпропетровськ, 2014. – 17 с.

3. Костюк Ю. В. Регіональне радіомовлення України: становлення, розвиток, перспективи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / Юрій Вікторович Костюк. – Київ, 2015. – 18 с.

3. Ляшенко Б. Радио без тайн: рассказ неизвестного диктора / Б. Ляшенко. – М. : Искусство, 1991. – 223 с.

4. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.

5. Мащенко І.Г. Міфи і реалії телерадіоєфіру / І.Г. Мащенко. – К. : Агенство ТРК, 2001. – 288 с.

6. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.

7. Нагорняк М.В. Інформаційне мовлення Національної радіокомпанії України : монографія / М.В. Нагорняк. – К. : Вид-во ЛВК, 2008. – 132 с.

8. Радиожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.

Заняття 3-4

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СЛУЖБИ РАДІО

План

1. Соціальне призначення інформаційної служби.
2. Сучасна структура інформаційної служби.
3. Обсяги інформаційного радіомовлення в Україні.
4. Фінансове та матеріально-технічне забезпечення інформаційної служби.
5. Принципи інформаційної діяльності журналіста.
5. Планування роботи інформаційної служби.

Основні терміни і поняття: радіоредакція, редактор, журналіст, кореспондент, радіограма, Національна радіокомпанія України, прямоефірне мовлення, планування, календарний план.

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть основні функції інформаційної служби радіо.
2. Дайте характеристику основним принципам інформаційної діяльності.
3. На чому ґрунтуються принципи діяльності радіостанції Бі-Бі-Сі?

4. Що включає календарний план журналіста?

Самостійна робота:

1. Прослухайте радіостанції і на прикладі 2 радіостанцій порівняйте роботу інформаційних служб (обсяги мовлення, тематичне наповнення, форма подачі інформації тощо).
2. Проаналізуйте специфіку інформаційних програм регіональних радіостанцій (на матеріалах радіостанцій м. Запоріжжя).
3. Підготуйте інформаційну довідку про історію та реалії українського іномовлення.
4. Скласти річний календарний план для роботи інформаційної служби запорізького радіо.

Методичні рекомендації

У процесі підготовки до практичного заняття візьміть до уваги наступну інформацію:

Згідно із Законом України «Про телебачення і радіомовлення», що регулює діяльність телерадіоорганізацій на території України, визначаються правові, економічні, соціальні, організаційні умови їхнього функціонування, спрямовані на реалізацію свободи слова, прав громадян на отримання повної, достовірної та оперативної інформації, на вільне обговорення суспільних питань. Національними радіокомпаніями вважаються державні радіоорганізації, що здійснюють мовлення на загальнонаціональних каналах мовлення і підзвітні Верховній Раді України та Президенту України.

Структуру національного радіомовлення України становлять державні (бюджетні) та недержавні (комерційні) радіоорганізації, засновані юридичними та фізичними особами відповідно до чинного законодавства України. Залежно від масштабу діяльності інформаційні радіоредакції діляться на центральні (всеукраїнські) та місцеві. Мовлення центральних радіоредакцій здійснюється з Києва і поширюється на всю територію України або на певну зарубіжну аудиторію. Місцеві радіоредакції ведуть мовлення в межах відповідних адміністративно-територіальних утворень. До них належать редакції обласного, міського та районного радіомовлення, а також радіоредакції, що діють на підприємствах, будовах і установах. Залежно від цього поділу визначаються й основні завдання інформаційних радіоредакцій. Так, центральні радіоредакції поширюють інформацію, що має загальнонаціональне, загальнодержавне значення. Висвітлювати політичне, господарське й культурне життя адміністративно-територіальних утворень покликані редакції місцевого рівня. Вони мають можливість максимально наблизитись до своїх слухачів і повніше задовольняти їхні інформаційні потреби.

Однією з найважливіших проблем, що стоїть сьогодні перед національними радіокомпаніями є недостатність бюджетного фінансування. Хронічна нестача

коштів призвела до кризи в техніко-технологічній сфері. Сьогодні весь світ переходить на радіомовлення в цифровому форматі, що є значно дешевшим. На сьогодні Українське радіо перебуває в перехідному періоді, коли на його основі створюється суспільне мовлення. Але говорити про нього ще складно, оскільки створювати його в умовах неструктурованого суспільства, коли діють десятки партій, сотні громадських організацій – це проблематично.

Випуски новин – основна продукція інформаційної служби. Вони щоденно інформують слухачів про все нове, що відбувається в нашій країні та за кордоном, інтерпретують, пояснюють, тлумачать події та явища повсякденного життя. Передача новин – головна функція інформаційної служби, що прагне будувати свою роботу на природному інтересі людей до того, що діється навколо них, і до того, що саме сталося. Для задоволення цього інтересу інформслужба передає повідомлення про нові події.

Звісно, інформаційна служба не лише й не просто інформує про новини, а й готує чимало аналітичних матеріалів, спрямованих на роз'яснення й тлумачення раніше переданих новин. Інформаційна служба постачає слухачам певні судження про події, оцінки, схвалення чи осуд явищ, вчинків, поведінки окремих людей, партій, суспільних організацій. Це означає, що вона впливає на формування громадської думки, вироблення певних установок, переконань, що підштовхують людей до певних дій і вчинків.

Віддзеркалюючи дійсність у всій повноті, інформаційна служба забезпечує реалізацію державної інформаційної політики – забезпечує доступ громадян до інформації, створює належний рівень поінформованості та обізнаності слухачів тощо.

Щоб сформувати характер вимог у суспільстві, допомогти громадянам у виборі ціннісних орієнтирів й прийнятті рішень існують загальні принципи. А. Москаленко визначає принцип, як те, що завжди, за всіх умов, без будь-якого винятку властиве певному явищу, в даному випадку – журналістиці. Принцип – це основа, першооснова, правило, керівна ідея, початок.

Після проголошення незалежності було ухвалено Закон України «Про телебачення і радіомовлення» (від 21 грудня 1993 року). У статті 2 цього документа визначено основні принципи діяльності телерадіоорганізацій. Згідно із законом, телерадіоорганізації України у своїй діяльності реалізують принципи об'єктивності, достовірності інформації, компетентності, гарантування права кожного громадянина на доступ до інформації, вільне висловлювання своїх поглядів і думок, забезпечення ідеологічного та політичного плюралізму, дотримання телерадіопрацівниками професійної етики та загальнолюдських норм моралі.

Основоположним і визначальним принципом журналістики є гуманізм, що базується на трьох китах – правдивості та об'єктивності, науковості та етиці, що являє собою систему моральних і творчих основ. Своєрідною предтечею об'єктивності, правдивості та чесності є принципи достовірності. Достовірність –

це принцип, згідно з яким ЗМІ зобов'язані якомога повніше й точніше повідомляти первинні, справжні, дійсні факти, себто такі, що відповідають навколишній дійсності та не потребують доведення. Цей принцип журналістики взагалі та інформаційного радіомовлення, зокрема вважається базовим.

Не менш фундаментальним є принцип правдивості й чесності подачі інформації. Це означає не повідомляти за жодних умов брехливу, суперечливу, неперевірену чи сумнівну інформацію. Нерідко фахівці пов'язують об'єктивність із збалансованістю у подачі інформації, що означає – журналіст повинен подати всі наявні погляди щодо висвітленої події, явища.

Соціальна інформація може бути правдивою лише тоді, коли вона є точною. Це ще один принцип інформаційного радіомовлення. Питання точного відображення навколишньої дійсності є серйозною проблемою. Це обумовлюється тим, що зміст, характер і форма пропонованих слухачеві новин регламентується радійною кон'юнктурою – одноманітністю, оперативністю та чітко визначеною тривалістю звучання.

Принципи журналістики та інформаційного радіомовлення реалізуються й під таким кутом зору, як професійна мораль та етика. Як зазначає А. Москаленко, професійна моральність – це особлива сукупність спеціальних норм моралі, а також додаткові норми, правила та принципи поведінки, прийняті в тому чи іншому колективі працівників. В. Різун пов'язує мораль та етику журналіста не стільки з особою, здібностями, престижем і авторитетом, скільки з вибором, який робить сам журналіст. У професійної журналістики – один вибір: об'єктивне, правдиве, точне відображення соціальної дійсності й передача того відображення іншим.

Для виконання практичних завдань можна обрати радіостанції з різними форматами, щоб прослідкувати залежність інформаційного продукту від концепції радіостанцій. У цьому випадку коректним буде порівняння в межах музично-інформаційних форматів (наприклад: CHR і AC) чи в межах інформаційних радіостанцій (наприклад: All-News і All-Talk). В іншому випадку для порівняння варто обрати інформаційний контент радіостанцій, що близькі за своїми програмними концепціями і вказати на спільні й відмінні риси. До уваги слід брати обсяги мовлення (кількість випусків новин на добу, їхній хронометраж), проблематику повідомлень протягом доби, жанрове втілення радіоповідомлень й використання звукової інформації (синхрони, шумові ефекти, музичні елементи). За такими критеріями слід аналізувати й інформаційний контент запорізьких радіостанцій.

Щоб виконати самостійну роботу, спочатку треба визначитись із форматом радіостанції, для якої буде складатися календарний план. Після цього обрати події, які можна передбачити і включити до плану роботи інформаційної служби. Складений план має бути оформлений у вигляді таблиці. Важливо, щоб ідея написання журналістського матеріалу була оригінальною. Наприклад:

Дата	Подія	Ідея написання журналістського матеріалу
1 вересня	Початок навчального року	Повідомлення про кількість першокласників, повідомлення про зміни в навчальному процесі тощо.

Рекомендована література

1. Гоян О.Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник / О.Я. Гоян. – 2-ге вид., доп. – К. : Веселка, 2004. – 245 с.
2. Гоян О.Я. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіофері: Монографія / О.Я. Гоян. – К. : Наукова думка, 2005. – 325 с.
3. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.
4. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
5. Москаленко А.З. Теорія журналістики: навч. посібн. / А.З. Москаленко. – К. : ЕксОб, 2003. – 334 с.
6. Нагорняк М.В. Інформаційне мовлення Національної радіокомпанії України : монографія / М.В. Нагорняк. – К. : Вид-во ЛВК, 2008. – 132 с.
7. Радіожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.
8. Різун В.В. Основи журналістики у відповідях і заувагах / В.В. Різун. – К. : Вид-во Київ. нац. унів-ту ім. Тараса Шевченка, 2004. – 80 с.

Заняття 5-6

ІНФОРМАЦІЯ В КАНАЛІ РАДІОМОВЛЕННЯ

План

1. Інформація як центральне поняття журналістики.
2. Специфіка інформації в радіомовному каналі.
3. Види інформації.
4. Радіоповідомлення як носій інформації.
5. Пошук інформаційного приводу.

Основні терміни і поняття: інформація, канал радіомовлення, радіохвиля, радіоповідомлення, звукова інформація, новина, спеціальна інформація, інформаційний привід.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняттю «інформація».
2. Визначте спільні й відмінні ознаки понять: «новина» та «інформація».
3. Що є головним інструментом радіо?
4. Які особливості використання звукової інформації в радіоповідомленні?

5. Дайте визначення поняттю «інформаційний привід».

Самостійна робота:

1. На сайті однієї з інформаційних агенцій України (УНІАН, Укрінформ) оберіть інформаційне повідомлення, в якому виокреміть «новину» та «інформацію», вкажіть на відмінності понять.

2. На сайті однієї з інформаційних агенцій України оберіть повідомлення із використанням різних видів інформації.

3. Відвідайте університетську подію й запишіть 2 синхрони. Обґрунтуйте вибір ньюзмейкера й проаналізуйте отриману інформацію.

4. На основі відвіданої університетської події напишіть радіоповідомлення з використанням отриманих синхронів.

Методичні рекомендації

Теоретичні аспекти практичного заняття пов'язані з визначенням поняття «інформація». Сучасна наука до пояснення цього терміну підходить з позиції відображення. У світлі цієї теорії інформація постає як результат взаємодії об'єктів матеріального світу і притаманної всій матерії властивості відображення. Цим результатом у науці прийнято вважати певні «відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому середовищі». Відповідне трактування поняття подає Закон України «Про інформацію». За словником І. Мащенко, інформація – від лат. – роз'яснювати. Це повідомлення про щось, відомості про навколишній світ, процеси, які у ньому відбуваються, про події, ситуації, чинює діяльність.

Інформацію в журналістиці розглядають як певну суму чи сукупність різноманітних відомостей (фактів, даних, знань), які збирає й використовує у своїй роботі журналіст і які може вилучити з його твору читач, глядач, слухач. У сучасній теорії журналістики інформація є центральним поняттям. Найповніше загальнонаукове уявлення про інформацію подав професор Є Прохоров, який зазначає, що кожне журналістське повідомлення містить у собі як потенційну інформацію (ту, що закладено в журналістський твір), так і реальну, яку реципієнт видобуває із журналістського твору і засвоює. Саме реальна інформація впливає на характер мислення та поведінку людей, а тому свідчить про ефективність журналістики.

У журналістській практиці поняття інформації означає в загальному всі форми представлення фактів, повідомлення, викладу обставин і стану знань, а також – як дієслово – процес отримання інформації чи оволодіння нею та складання чи поширення інформації.

Інформація розглядається ще в одному вимірі – діалектичному. Погляд на інформацію саме під таким кутом зору дозволяє чітко розмежувати поняття «інформація» та «новина». Інформація за своїм складом є різною, ділиться на дві частини: стару і нову інформацію. Стара інформація – це відомості, що людина вже

засвоїла, нагромадила у своїй пам'яті. Їй протилежна нова інформація – досі незнані нами відомості про природу, мислення й суспільство. Поява нової інформації – закономірність, оскільки життя не стоїть на місці і кожен день народжує факти й знання. Старіння нової інформації – це втрата нею актуальності й громадської значущості. Саме нову інформацію в практиці журналістської роботи найчастіше називають новинами.

Діалектичною протилежністю старої інформації є нова інформація – досі незнані відомості про природу, мислення й суспільство. Поширювані за допомогою ЗМІ новини сигналізують про певні зміни в галузі політики, науки й техніки, культури, розповідають про появу нових ідей, відкриттів, виконання намічених раніше планів тощо. Колишня нова інформація з часом трансформується у стару інформацію, поповнює арсенал тих знань, які люди здобули у процесі пізнання навколишнього світу. Для написання своїх творів журналісти використовують не лише нову, а й стару інформацію. Комбінація обох цих видів інформації дозволяє їм повніше описати основні зміни в навколишній дійсності, показати тло, на якому вони виникли і стали продовженням давно відомого.

Таким чином, журналістика базує свою діяльність на інформації, яка є для неї основоположним поняттям і практично єдиним засобом впливу на свідомість людей. Особливу цінність при цьому має нова інформація, яка в практиці журналістської роботи найчастіше називається новинами.

Щоб визначити специфіку інформації в радіомовному каналі, важливо з'ясувати сутність поняття «канал радіомовлення». У технічному значенні канал – це смуга частот, в межах якої за допомогою технічних засобів здійснюється передача будь-якої інформації на відстань. У практиці радіомовлення для її передачі найчастіше використовують частоти від 100 кГц до 100 мГц, що відповідає довжинам хвиль від 300 до 3000 м. Залежно від масштабу покриття розрізняють довгі, середні, короткі та ультракороткі хвилі. В теорії журналістики термін «канал радіомовлення» розглядається дещо ширше, ніж просто як діапазон частот або сукупність технічних засобів. Тут він означає ще й спосіб інформування або оригінальний шлях поширення інформації серед численної анонімно розосередженої і різномірної аудиторії слухачів. Починається цей шлях у радіоредакціях, які професійно займаються збиранням, переробкою та оформленням інформації у вигляді радіоповідомлень. Графічно весь шлях інформації можна зобразити так: радіоредакція → радіоповідомлення → радіопередавач → радіослухач.

У радіомовному каналі інформація набуває деяких специфічних ознак, обумовлених особливостями самого каналу:

- інформація носить лише акустичний характер на відміну від преси (лише оптичний) і телебачення (оптичний і акустичний);
- інформація здатна містити більше відомостей, ніж таке саме повідомлення у пресі. Ця додаткова інформація передається слухачам за

допомогою шумів, музики, інтонації, наголосу, зміни інтенсивності голосу, його висоти, тембру тощо;

- інформація носить оперативніший характер, оскільки своєю здатністю передавати інформацію негайно і на величезні відстані, радіо перевершує пресу та телебачення.

Одержана з радіоканалу інформація впливає на слухача у двох сферах – логічній та емоційній. У логічній сфері вона дозволяє слухачам шляхом зіставлення та осягнення одержаних відомостей робити належні висновки, спонукає їх до певних дій або допомагає зайняти певну позицію. В емоційній – викликає певні почуття, породжує переживання. Досягається цей вплив за допомогою змісту переданого повідомлення, різних прийомів і виразних засобів радіомовлення, які створюють у слухача той чи інший емоційний стан. Головною при цьому стає не логічна, а емоційна сфера. Вона надалі й визначає реакцію слухачів, їхні дії або ставлення до почутого.

Для відображення інформації в радіомовному каналі застосовується людська мова, шуми та музика. Перелічену тріаду прийнято називати виражальними засобами радіожурналістики. Живі слова відображають повніше, ніж друковані, оскільки несуть у собі, за спостереженнями дослідників, до 40% додаткової інформації. Тому в усній мові те, як людина говорить, часто перетворюється на те, що вона говорить. За допомогою шумів відтворюється звукова картина будь-якого фрагмента дійсності. Шуми збуджують уяву слухачів і водночас документують зображуване. Музика, будучи самостійним видом мовлення, в інформаційних видах доповнює розповідь журналіста: створює настрій, посилює або поглиблює думку, робить зміст емоційнішим і виразнішим.

Носієм інформації в радіомовному каналі виступає радіоповідомлення, що в журналістикознавстві може вживатися для позначення дії, змісту чи форми втілення змісту.

Радіоповідомлення – це відібрана, впорядкована і втілена в певну форму інформація, що спеціально розрахована для сприйняття на слух. Сказане означає. Що повідомлення становить нерозривну єдність певної кількості інформації і форми, в яку їх втілено, де під інформацією слід розуміти певні відомості, а під формою – конкретний тип журналістського повідомлення, тобто жанр. За своєю суттю радіоповідомлення є акустичним відображенням дійсності, в основі якого лежить слово, що звучить, в усіх його проявах (читання тексту, усна творчість, декламація, імпровізація тощо) та використання інших акустичних компонентів, що документально передають звукові картини дійсності, музику, шуми, звукові ефекти тощо.

У навчальній літературі в основу класифікації радіоповідомлень покладено здебільшого формальний аспект – жанрова прикмета повідомлення. Відповідно виділяють три типи повідомлень: інформаційні, аналітичні та документально-художні. Підготовка радіоповідомлень – одна з найважливіших операцій у процесі

інформаційної діяльності журналіста. Автор має дотримуватись низки умов, виконання яких забезпечує ефективну передачу інформації:

1. Повідомлення має містити оригінальні, небанальні відомості. Найпростіший прояв не банальності – новизна інформації, наявність у повідомленні нових знань, ідей, цінностей, яких ще не знає слухач.

2. Повідомлення має бути доступним і легко декодуватися. Воно не повинно викликати утруднень при сприйнятті.

3. Повідомлення має містити цінні, значні відомості, вони мають відповідати потребам та інтересам аудиторії. Рушійним стимулом у звертанні аудиторії до інформації є її суб'єктивні інтереси.

Істотне значення для підготовки радіоповідомлення має правило шести запитань, що за багато років виробилось у практиці світової журналістики. Згідно з цим правилом, аби повідомлення повністю задовольняло інтерес слухачів, воно має відповідати на запитання: що?, де?, коли?, хто?, чому? і як? Відповіді на ці питання дають повну характеристику основних особливостей зображуваних подій, явищ, процесів, а відтак цілком задовольняють інтерес слухачів до зображуваного об'єкта. Повідомлення у цьому випадку вважається повним. Якщо ж повідомлення містить відповіді менше як на три запитання, воно вважається незавершеним.

Для задоволення інтересів різної аудиторії в журналістиці використовують різні пласти інформації. Поділ такої інформації на види здійснюється, як правило, не за одним, а кількома критеріями, що дає змогу поглянути на інформацію під різними кутами зору, скласти повне уявлення про характер і зміст інформації, що використовується в радіомовленні.

За тематикою інформацію поділяють на: політичну, економічну, наукову, культурну, правову, соціологічну, статистичну, релігійну.

За формою подачі інформація в радіомовленні буває текстова та звукова. Текстова – це ті відомості, що подаються для зачитування перед мікрофоном у друкованому вигляді. Така інформація становить основу випусків новин і більшості інформаційних передач. Звукова інформація – це відомості, які слухачі дістають безпосередньо з місця події або ж у записі на звукозаписуючі пристрої.

За способом підготовки інформацію поділяють на заплановану, непередбачувану й спеціальну. Запланована інформація відображає події, явища, процеси, що можна передбачити заздалегідь і завчасно підготуватись до їх висвітлення (календарні свята, дні проведення виборів, сесії Верховної Ради, засідання, наради, вступні екзамени до вишів, прем'єри у театрах, відкриття виставок тощо).

Непередбачувана інформація відображає події, явища, процеси, запланувати які заздалегідь було важко або неможливо (катастрофи, надзвичайні ситуації, аварії, природні катаклізми тощо).

Спеціальна інформація відображає важливі й цікаві для слухачів відомості, для одержання яких редакція проводить дослідницький пошук (інтерв'ю, проведені за ініціативи журналіста, опитування аудиторії, збирання додаткової інформації).

Для виконання практичних завдань №1–2 можна скористатися різними класифікаціями «інформації». Головне, щоб вказаний різновид був представлений в обраному повідомленні. Це повідомлення має бути відтворене в повному обсязі з посиланням на джерело інформації (інформаційну агенцію).

Для виконання практичного заняття №3 треба вивідати подію університетського масштабу, визначити ідею майбутнього матеріалу, залежно від чого обрати ньюзмейкера, який даватиме коментар для синхрону. Для виконання завдання необхідно мати аудіозаписуючий пристрій. Для ньюзмейкера треба підготувати питання, озвучити їх і записати відповіді респондента. Ньюзмейкером може бути як одна особа, так і кілька осіб. При оцінюванні виконаного завдання до уваги братиметься доцільність вибору ньюзмейкера, правильність поставленого питання, якість записаного синхрону.

Для виконання самостійної роботи обов'язковим є виконання практичного завдання №3. Крім того, до уваги береться якість зібраного фактичного матеріалу та його виклад в радіоповідомленні. Повідомлення має бути оформлене згідно з вимогами, що висуваються до текстів такого типу. Див. приклад.

Приклад

Кор.: *Сьогодні в Запоріжжі зібралися гімнасти з усієї України. Вони протягом тижня змагатимуться за звання чемпіона України..... Докладніше про програму чемпіонату розповість голова обласної федерації спортивної гімнастики Іван Коган:*

Синхрон: *3:23:17 Цьогорічні змагання проходять у три етапи....*

3: 23:42 *.....саме в цей день і визначаться переможці.*

Кор.: *Фаворитами цьогорічного чемпіонату вважаються запорізькі спортсмени....*

Рекомендована література

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. / З. Вайшенберг, за ред. В.Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.
2. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
2. Любосветов Д.И. Радиовещание и аудитория: некоторые особенности взаимодействия / Д.И. Любосветов // Вестник Московского университета. Сер. 10 : Журналистика. – 1999. – № 3. – С. 3–16.
3. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.
4. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
5. Москаленко А.З. Теорія журналістики: навч. посібн. / А.З. Москаленко. – К. : ЕксОб, 2003. – 334 с.

6. **Радиожурналистика** : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.
7. **Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат** : учеб. пособ. / под ред. Т.В. Васильевой, В.Г. Осинского, Г.Н. Петрова. – СПб., 2002. – Ч. 1. – 190 с.
8. **Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет** / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 7-8

ВИРАЖАЛЬНІ ЗАСОБИ РАДІОЖУРНАЛІСТИКИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ МОВЛЕННІ

План

1. Система виражальних засобів радіожурналістики. Формування звукового образу.
2. Слово як основний виражальний засіб радіожурналістики.
3. Функції слова, музики, шумів в інформаційному мовленні.
4. Пошук і методи використання виражальних засобів у радіоновинах.

***Основні терміни і поняття:** виражальні засоби радіожурналістики, звуковий образ, слово, музика, шуми, документальні записи, монтаж, звукозапис, інтонація, ефект присутності.*

Питання для самоконтролю:

1. Які виражальні засоби радіожурналістики складають стилетворчу групу?
2. Які виражальні засоби радіожурналістики складають формотворчу групу?
3. Які функції музично-шумових елементів в інформаційному радіомовленні?
4. Чому слово вважається основним виражальним засобом радіо?
5. У яких випадках допускається використання тільки музично-шумових ефектів?

Самостійна робота:

1. Напишіть текст для радіоповідомлення (бажано подієвого). Запишіть цей текст на диктофон у природному середовищі – у кав'ярні, у коридорі, на вулиці, тобто там, де є інтершуми. Потім той самий текст запишіть без інтершумів. Прослухайте два записи й прослідкуйте різницю. Хронометраж тексту має бути до 30 секунд.
2. Доберіть приклади музичного й шумового тла, які б характеризували події 90-х рр. ХХ ст., події 80-х рр. ХХ ст. У яких сюжетних лініях можна використати запропоноване музично-шумове тло?
3. Відвідайте подію в університеті чи місті та напишіть радіоповідомлення про цю подію. Повідомлення має містити лід, підводку до синхрону, синхрон.

Синхрон має бути зроблений на основі реального коментаря організатора, учасника, гостя. При оцінюванні до уваги братиметься зміст повідомлення та звукове тло події.

Методичні рекомендації

Для підготовки теоретичної частини практичного заняття слід опрацювати розділ підручника «Радиожурналістика» під редакцією О. Шереля (с. 140–182) та монографію Ю. Любченко «Виразальна система радіожурналістики». Під час підготовки варто звернути увагу на наступні аспекти.

Ефективність радіопередачі, міра її впливу на аудиторію прямо залежать від точності й майстерності у виборі комплексу виразальних засобів, накопичених в арсеналі радіожурналістики. Радіо тяжіє до образного спілкування зі слухачем, бо, як відомо, звуком активізує активну діяльність людської уяви.

У зв'язку з цим виникає питання про поняття «звуковий образ». Спираючись на багатолітню практику мовлення сформувався таке визначення: **звуковий образ** – це сукупність звукових елементів (мови, музики й шумів), що створюють у слухача шляхом асоціацій уявлення про матеріальний об'єкт, життєву подію, характер людини.

Отже, сукупність елементів, рівнозначних, рівноважливих. Пошук оптимального їх поєднання в кожному конкретному випадку й складає сутність творчості радіожурналіста.

Виразальні засоби радіожурналістики складають дві групи, що знаходяться в нерозривній єдності одна з одною. До першої групи, стабільної, відносять початковий звуковий «матеріал», яким оперує радіожурналіст. Це 4 елементи: слово, музика, шуми й документальні записи, зроблені поза студією. Ці записи в свою чергу також включають в себе мову, музику й шуми. Але на відміну від перших в окрему програму вони можуть перетворитися або в комплексі, або в поєднанні з записаними в студії мовними коментарями.

Ці 4 елементи системи ми називаємо **природними**, або **формотворчими**. Вони незмінні, стабільні, їх природа не підвласна суб'єктивному впливу радіожурналіста.

Друга група, навпаки, мобільна, бо знаходиться в повній залежності від волі й суб'єктивних творчих потреб автора радіоповідомлення. Тому виразальні засоби, що входять до цієї групи, ми називаємо **технічними**, або **стилєтворчими**. До них відносять монтаж, голосовий грим, звукову мізансцену, низку технічних способів звукоутворення.

У роботі зі словом перед журналістом виникають одразу 3 завдання.

Перше – слова мають точно описувати події, які є об'єктом журналістської уваги, достовірно передавати їх атмосферу. Окрім словесних, синтаксичних та інших особливостей, радіомова володіє своєрідними «невербальними мовними засобами», що несуть так звану незмістовну інформацію. До них належать темп

мови, сила звуку, висота тону, тембр голосу, ритм, інтонація голосу, наголоси, паузи.

Тож, друге завдання журналіста – знайти найбільш точну інтонацію, яка нерідко несе не менше інформації, ніж зміст матеріалу. Бернард Шоу зауважив, що є тільки один спосіб написати слово «так» або слово «ні», але є 50 варіантів їх вимови, причому навіть із протилежним значенням.

Третє завдання, яке стоїть перед журналістом в роботі над словом – пошук логічних та експресивних акцентів (наголосів). Наголос – це елемент змістовної точності в мовленні. Правильне використання наголосів полягає не лише у вмінні поставити його на тому слові, де йому належить бути, але і в тому, щоб зняти його з тих слів, де наголос не потрібний.

Час від часу в практиці мовлення і в теоретичних роботах стверджувалась думка, що музика – лише доповнення до слова. По-перше, так безпечно було з точки зору цензури, а по-друге, простіше, не треба намагатися органічно поєднати слова і музику, шукати звуковий образ тощо. І сьогодні музика існує на радіо як самостійний вид мовлення – це ефірна музика й різні музичні передачі. Але ми звертаємо увагу на музику як виражальний засіб радіожурналістики, де вона використовується у специфічному зв'язку зі словом і шумами. Як виражальний засіб музика доповнює розповідь або несе в контексті додаткове змістове навантаження. Якщо музика правильно підібрана за змістовим звучанням і вміло введена у тканину радіоматеріалу, то вона підсилює його емоційний вплив, надає більшої виразності.

Все раніше сказане в рівній мірі стосується й шумів, тобто звуків, зімітованих у студії чи справжніх, тобто завчасно записаних на аудіоносій. Вони також можуть нести змістове й сюжетне навантаження. На відміну від радіослова шуми не є універсальним виражальним засобом. Сфера їх застосування обмежена. Але нерідко слово, що звучить в ефірі, супроводжують шуми, різні звуко ефекти або музика. Радіо використовує все багатство звуків навколишнього світу, відкриваючи його для слухачів. Звук засвідчує достовірність зустрічі слухача з дійсністю, надає інформації більшої переконливості та життєвості.

У структурі радіоматеріалів музика й шуми найбільш розповсюджені при виконанні наступних функцій.

1. Визначення місця й часу дії. Наприклад, у спортивному огляді звуки гонга, тупіт копит, стихаючий гомін глядачів означають, що репортаж ведеться з іподрому, і кореспонденту не обов'язково витрачати час і слова на описання місця дії. Чи інший приклад: гудок теплохода, плескіт води означають пристань.

2. Визначення переміщення дії у часі й просторі. Сучасний репортаж, як правило, проходить кінцеву стадію підготовки до ефіру в монтажній, і репортер нерідко поєднує в його композиції фрагменти, записані в різних місцях і в різний час; музика дозволяє найбільш чітко й зрозуміло для слухача здійснювати це об'єднання. Музика може поєднувати частини однієї програми, її рубрики.

3. Вираження емоційного характеру описаної події. Точне поєднання звукових елементів дозволяє відтворити атмосферу дії в повній мірі. У якості прикладу можна навести відомий репортаж, в якому журналіст без єдиного коментованого слова, лише засобами документально зафіксованих шумів і окремих вуличних реплік змалював трагічну картинку життя югославського міста Скопле в перші години після землетрусу. Звичайно, звук працює не тільки в таких виняткових ситуаціях. Адже у якості звукових ефектів можуть бути використані виключно документальні записи. Гарний документальний запис на місці події створює яскравий ефект присутності, що має відрізнити радіо документалістику.

4. Вираження психологічного стану учасників події або самого журналіста. Прийоми, що використовуються у цьому випадку, розповсюджені як в громадсько-політичному й інформаційному, так і в художньому мовленні. Нерідко сильний психологічний вплив справляють паузи, які також входять до числа звукових ефектів.

5. Функція звукового тла. Звукове тло нерідко підкреслює або навіть надає ритм звучання мовленнєвого тексту. Сьогодні цей прийом використовується в новинах.

Досвід показує, що міра змістового й естетичного впливу будь-якої радіопередачі залежить від цілісності її інтонаційної структури, від точності у співвідношенні всіх його звукових елементів – слова, музики й шумів.

Стилетворчі виражальні засоби складають другу групу, мобільну, тобто число засобів може змінюватись за вибором самого журналіста. Саме з їх допомогою формується стиль програми, індивідуальні особливості манери журналістського викладу матеріалу, ритм розповіді тощо.

Головне місце в групі стилетворчих виражальних засобів радіожурналістики займає монтаж. «Монтаж» у перекладі з французької мови має 2 значення: перше – встановлення споруд, конструкцій, обладнання машин та іншого устаткування з готових частин згідно певному плану, проектам, кресленням. Друге – підбір і поєднання окремих частин для створення єдності, завершеного твору. Нас, звісно, цікавить друге значення слова.

Монтаж дає змогу вдосконалити звуковий матеріал, забираючи розтягненості та залишаючи найяскравіші характерні фрагменти життєвої реальності; переміщувати звукові епізоди з одного місця на інше відповідно до композиційного задуму автора; ущільнювати, конденсувати час за допомогою монтажних переходів; змішувати, накладати мову, шумові та музичні елементи, досягаючи максимального художнього вираження; з'єднувати фрагменти запису за асоціативним, послідовним або паралельним принципами, зіштовхувати контрастуючі частини, підсилюючи ефект впливу на слухачів.

Отже, монтаж на радіо – це процес відображення навколишньої дійсності, який породжує у свідомості слухача ланцюг думок і уявлень. Він підпорядковується задумові журналіста, концепції програми. За допомогою монтажу автор надає події, проблемі свою інтерпретацію.

До стилетворчої грапи виражальних засобів також відносять реверберацію, «буратіно», звукову мізансцену, голосовий грим.

Реверберація – додаткова об’ємність звука, що створює ефект «луни».

Приєм «буратіно» – пришвидшення чи уповільнення звукового матеріалу, що використовується для відображення іронічного ставлення кореспондента до мовця.

Звукова мізансцена – положення мікрофона відносно учасника події.

Голосовий грим – надання мові журналіста емоційного забарвлення й ритмічних особливостей, що передають атмосферу події.

Для виконання практичних завдань слід звернути увагу на якість шумового тла. Важливо, щоб воно повністю відтворювалось при прослуховуванні, але при цьому залишалось на другому плані. Музичні елементи також мають викликати дуже чіткі асоціації в аудиторії. При виконанні самостійної роботи візьміть до уваги, що лід повідомлення має відповідати на питання що?(хто?), де?, коли? Текст повідомлення і синхрон треба записувати на місці події так, щоб звукове тло було цілісним.

Рекомендована література

1. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
2. Любченко Ю.В. Виразальна система радіожурналістики : монографія / Ю.В. Любченко. – Запоріжжя : АА Тандем, 2016. – 192 с.
3. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.
4. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
5. Радіожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.
6. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат : учеб. пособ. / под ред. Т.В. Васильевой, В.Г. Осинского, Г.Н. Петрова. – СПб., 2002. – Ч. 1. – 190 с.
7. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 9-10

СТРУКТУРА РАДІОНОВИН

План

1. Шаблони подачі новин.
2. Структурні елементи радіоповідомлення.
3. Лід як складова ефективності радіоновини.
4. Види аудіоматеріалів.

5. Написання текстів для аудіоматеріалів: підводки, відводки, аудіотекст.

***Основні терміни і поняття:** інформаційна журналістика, інтерпретація, лід, подробиці, бекграунд, звукові записи, коментарі, синхрон, живі голоси, підводка, відводка, аудіотекст.*

Питання для самоконтролю:

1. Які шаблони подачі новин виділяють в новинній журналістиці?
2. Чим структура радіоповідомлення відрізняється від повідомлень для інших видів ЗМІ?
3. Як лід повідомлення впливає на зміст новини?
4. Яка інформація має міститися в синхронах, «живих голосах» та інших аудіоматеріалах? Які функції виконують ці елементи?
5. Які вимоги висуваються до текстів для аудіоматеріалів?

Самостійна робота:

1. До обраного інформаційного повідомлення запропонуйте 3 варіанти ліду.
2. Із стрічки новин інформаційного агентства УНІАН оберіть 5 повідомлень, зробіть підводки і відводки до кожного з них.
3. На сайтах радіостанцій оберіть інформаційне радіоповідомлення й визначте його структурні елементи.
4. Підготуйте інформаційне повідомлення з синхронном. Інформаційним приводом може стати подія зі студентського життя факультету журналістики ЗНУ.

Методичні рекомендації

Для підготовки теоретичної частини практичного заняття необхідно звернути увагу на такі аспекти. Загальну стратегію, на яку орієнтуються журналісти у своїх спостереженнях за подіями та їхній інтерпретації, ми називаємо «шаблонами подачі новин». Від них необхідно відрізнити жанри, які становлять категоризацію різних варіантів компонування та подачі матеріалу. У західній журналістиці головним шаблоном подачі новин стала **інформаційна журналістика**, або «об'єктивна журналістика». Виникнення цього шаблону подачі новин тісно пов'язане з історією масової комунікації, він був запроваджений на території Західної Німеччини після Другої світової війни. Починаючи з 60-х років цей журналістський шаблон неодноразово ставили під сумнів. Інформаційній журналістиці закидали те, що вона виносить за дужки причини та інтерпретацію подій; описує лише те, що знаходиться на поверхні. Досі критики стверджують, що цей тип журналістики породжує дуже приблизну картину світу.

Альтернативами до інформаційної журналістики виступають президійна журналістика, інтерпретаційна журналістика, розслідувальна журналістика та «нова» журналістика.

Презиційна журналістика звертається до північноамериканської традиції поєднання журналістики і соціології. Починаючи з 20-х років ХХ століття прихильники цієї традиції наголошували на потребі використання у репортажах наукових соціологічних методів. Розвиток методів опитування громадської думки дає сьогодні змогу об'єктивно оцінювати факти, навіть реєструвати соціальні зміни. Таким чином, як стверджується, можна скоротити шлях між фактом та його інтерпретацією.

Інтерпретаційна журналістика не є революційною альтернативою інформаційній журналістиці, це швидше заклик до старих добрих репортерських чеснот. Суть її полягає у застереженні від наївної «об'єктивної подачі матеріалу»; факти завжди повинні подаватися у їхньому причинно-наслідковому взаємозв'язку і супроводжуватися аналізом. Але при цьому виникає питання щодо критеріїв оцінки фактів та інтерпретації матеріалів; зокрема, коли не йдеться про суб'єктивну журналістику.

З часів Уотергейського скандалу (1972 – 1974 рр), що призвів до відставки Президента США Річарда Ніксона, **розслідувальна журналістика** справила значний вплив на поведінку та професійне самовизначення журналістів не тільки Сполучених Штатів Америки. У такий спосіб колишній імідж репортера як детектива, що викриває корупцію в державі та суспільстві, знову набуває особливої привабливості. Наприкінці 60-х років минулого століття війна у В'єтнамі та пов'язані з нею юридично-публіцистичні перепетії навколо публікацій документів Пентагону в «Нью Йорк Таймс» та «Вашингтон Пост» спричинили ренесанс, як її ще називають, інвестигативної журналістики.

Центральним елементом цього типу журналістики є наполегливий репортерський пошук з метою донесення до громадськості інформації, яку намагаються приховати від неї певні особи чи організації. В більшості випадків мова йде про викривальну журналістику. Як і у випадку з Уотергейтом, перша інформація зазвичай витікає з самого «апарату» – від втаємничених осіб за гроші або, що трапляється рідше, заради власного морального виправдання. Таким чином існує різниця між інвестигативною та викривальною журналістикою. Проте на практиці обидві назви вживаються як синоніми.

Із часів становлення сучасної журналістики не припиняється пошук альтернативної моделі, яка б змогла розширити перспективу спостереження за подіями і протиставила б «бетонному» стилю «об'єктивної журналістики» щось на кшталт професійного суб'єктивізму. Для позначення цієї моделі часто вживається словосполучення «**нова журналістика**». Починаючи з 70-х рр. ХХ століття під «**новою журналістикою**» розуміють дуже індивідуальний стиль подачі матеріалу, що лежить на межі власне журналістики і літератури. Нова журналістика має на увазі насамперед інший стиль подачі матеріалу. Її найвиразнішими ознаками є використання літературних стилістичних засобів, індивідуальності подачі матеріалу, посилення на власний досвід автора.

Нова журналістика, інтерпретаційна, викривальна, інвестигативна, презиційна журналістика – ці моделі подачі інформації не становлять альтернативи інформаційній журналістиці навіть у США, вони її доповнюють. Те саме стосується і таких новомодних підвидів як «журналістика впливу» та «журналістика рішень». У першому випадку про намагання справити сильне враження на аудиторію й стало реакцією на жорстку конкуренцію на ринку медіа. «Журналістика рішень» передбачає, що медіа та журналісти не повинні обмежуватися лише зображенням соціальних проблем, але й самі мають право і обов'язок шукати рішення цих проблем. Все це зводиться до позитивної журналістики.

Всі ці нові пропозиції та ідеї до сьогодні змогли стати лише доповненням до «об'єктивної журналістики». Вони розширюють спектр журналістських можливостей у зображенні дійсності. Але, як і раніше, інформаційна журналістика зі своїми правилами та стандартами залишається визначальною для роботи медіа.

Структура радіоповідомлення мало чим відрізняється від повідомлення, написаного для інтернет-ресурсів. Проте повідомлення для радіо має свої особливості. По-перше, воно не містить заголовка. Його функцію виконує перше речення ліду – початок повідомлення, в якому викладається найсуттєвіша інформація, результат події, її розв'язка. Вдалий лід для радіоповідомлення відразу розповідає про подію або ж містить головну думку, що гостро виражає головну ідею повідомлення. Лід стає ефективнішим, якщо на перше місце у першій фразі виноситься об'єкт новини, характерна обставина чи риса новини, яку бажано виділити або підкреслити. При цьому початок має містити відповіді на три основні питання (що?, де?, коли?). Відповіді на решту питань (хто?, чому? і як?) дають у частині подробиць.

Переліком подробиць автор прагне розвинути і збагатити новину. Мету цієї частини повідомлення можна сформулювати наступним чином:

- 1) пояснює і висвітлює деякі риси новини, подані в початку;
- 2) доповнює виклад подробицями, що не були подані у ліді;
- 3) містить відповіді на питання, що не увійшли до початку повідомлення.

Подробиці здебільшого викладаються за правилом «чим менше, тим краще». Велика їх кількість знижує динаміку повідомлення, розпорошує увагу слухача. При цьому в кожному абзаці вміщується одна ідея чи підтема, що забезпечує єдність викладу й легкість його сприйняття на слух.

Частина подробиць містить ще одну важливу інформацію – посилання на джерело інформації. Залежно від суті повідомлення, ці відомості можуть міститися на початку новини, після ліду або в кінці повідомлення.

Завершується повідомлення бекграундом, в якому подається інформація, потрібна для розуміння новини: передісторія події, основні відомості про компанію чи особу. Як правило, бекграунд знаходиться в кінці повідомлення. Йому передують вставні слова – наприклад: *«Як повідомлялося раніше...»* або *«Нагадаємо, раніше...»*

Крім здобуття інформації, головною відповідальністю радіожурналіста є запис аудіоматеріалу. Короткі аудіозаписи використовують у випуску новин як супровід до деяких сюжетів. Їх називають «нарізкою». За незначними винятками, у таких «нарізках» домінують записи людей. Відділи новин розділяють можливі комбінації голосів, які можна вставити у нарізки, на чотири категорії – реалії, запитання-відповідь, голосові записи й коментарі, – які відрізняються один від одного тим, хто говорить.

Найпоширеніший вид аудіозапису – **живі голоси**, авторами яких є герої або свідки події. Незавжди їхня мова є граматично правильною і зрозумілою, але їхні слова передають емоції. Хронометраж звукових елементів залежить від тривалості новинного випуску, значення сюжету й важливості цитати. Більшість звукових «кадрів» звучать від 10 до 25 секунд. При цьому слід пам'ятати, що довгі цитати руйнують структуру випуску і можуть бути нудними.

Серед видів коментарів виділяють:

Розповіді свідків. Журналісти незавжди можуть біти присутніми на події. Вони не можуть описати це так, як це було насправді. Треба неодмінно давати шанс зробити це свідкам. Але інформація, якою володіють свідки, має бути унікальною, цікавою, оригінальною і важливою.

Думка експерта. У якості експертів виступають фахівці у різних галузях, які можуть професійно оцінити ситуацію, визначити причини чи наслідки події. Основна вимога до експертів – фаховість виступу.

Коментарі. Журналіст може описати деталі. Але його герої можуть краще пояснити, чому саме вони так думають. Почуття і думки героїв новин надають сюжетам ефективності. Журналіст не пише синхрони. Він не відповідає за граматичні помилки, які роблять герої, але вони відповідають за те, що ці синхрони щось додають до сюжету. Синхрон має бути зрозумілим і лаконічним – не більше однієї-двох думок за один раз. Не варто використовувати неякісні й нечіткі аудіозаписи.

Запитання і відповіді. Цей вид аудіоматеріалів передбачає запис на аудіоносій питань журналіста й відповідей респондента. Більшість радіостанцій не використовують цей вид звукової інформації, оскільки вважають, що репортери і так часто звучать в ефірі, а їхні слова у таких випадках не дуже важливі. З цих міркувань синхрони є кращими за запитання і відповіді. Крім того, такі бесіди мають ще один недолік – змішування двох голосів, що може заплутати слухачів.

Звукові записи – це своєрідні репортерські монологи. Вони не містять нічого, крім голосу репортера, але вони стають незамінною альтернативою тоді, коли немає в кого взяти інтерв'ю. Все, що треба зробити журналісту, – це описати якусь подію. Це може бути як підготовлений текст, так і імпровізація. Звукові записи репортера доповнюють синхрони й бесіди. На відміну від синхронів і запитань із відповідями, репортер повністю відповідає за кожне слово аудіозапису. Такі повідомлення зазвичай тривають від 20 до 50 секунд.

Аудіозапис не є самодостатнім. Коли журналіст записує якийсь аудіоматеріал для повідомлення, йому потрібно також знайти факти для самої історії. Навіть окремі репортажі потребують правильного подання у випуску. Подібне представлення використовується також на телебаченні перед показом відеосюжету.

Вступний текст, який журналіст має написати й виголосити перед радіоповідомленням, автором якого є репортер або інший радіожурналіст, називається *підводкою*. Підводки виконують дві функції: по-перше, вони містять чуттєву частину потрібної інформації; по-друге, вони мають готувати слухачів до сприйняття аудіоматеріалу. Зазвичай підводка робить лише загальний опис події.

Фінальну частину аудіосюжету називають завершальною реплікою, або ж *відводкою*. Вона може містити повторення імені автора радіоматеріалу чи виступаючого, додаткову інформацію про подію, підсумок чи узагальнення історії. Така схема радіоповідомлення забезпечує йому чітку й струнку будову, що впливає на ефективність сприйняття радіоматеріалу.

Знання цих термінів необхідне для виконання практичного завдання №2. Обрані повідомлення мають відрізнитися за тематикою. Для перевірки подається підводка, повний текст повідомлення і відводка.

Для виконання практичного завдання №1 для зразку варто скористатися теоретичним матеріалом щодо різновидів початків (Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – С. 179–183). На перевірку подається повідомлення й 3 варіанти ліду із вказівкою на його різновид.

Для виконання завдання №3 слід обрати повідомлення, в якому містяться усі структурні елементи, вказати на правила розміщення інформації в кожному з них.

Для виконання самостійної роботи пропонується такий алгоритм:

1. Слід обрати інформаційний привід для написання матеріалу про студентське самоврядування факультету журналістики ЗНУ (творчий конкурс, соціальна акція, розважальні заходи, наукові здобутки тощо).

2. Зібрати інформацію про подію.

3. Взяти коментар у компетентної особи.

4. Написати інформаційне повідомлення із використанням звукової інформації (синхрона), підводки і відводки.

Додатковим може вважатися запис на аудіоносій тексту журналіста й монтаж всього повідомлення (текст журналіста+ синхрон).

Рекомендована література

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. / З. Вайшенберг, за ред. В.Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.

2. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

2. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.

3. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.

4. Радиожурналистика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.

5. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат : учеб. пособ. / под ред. Т.В. Васильевой, В.Г. Осинского, Г.Н. Петрова. – СПб., 2002. – Ч. 1. – 190 с.

6. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 11-12

ВИКЛАД НОВИН ДЛЯ ПЕРЕДАЧІ ПО РАДІО

План

1. Технологічні принципи викладу радіоновин: принцип «перевернутої піраміди», хронологічний принцип.
2. Виклад новин на одну тему.
3. Виклад новин, що об'єднують кілька тем.
4. Виклад подієвої новини.
5. Виклад спеціальних типів новин.

Основні терміни і поняття: принципи викладу інформації, принцип перевернутої піраміди, хронологічний принцип, тема повідомлення, формула Поля Вайта, подія, анонсоване повідомлення.

Питання для самоконтролю:

1. Чому принцип «перевернутої піраміди» вважається найефективнішим принципом викладу інформації в радіоновинах?
2. Для яких типів радіоновин характерний хронологічний принцип викладу інформації?
3. Яка методика викладу новин, що об'єднують кілька тем?
4. В якій послідовності слід викладати зібрані факти при описі новини, що присвячена одній темі?
5. У чому полягають особливості підготовки новин, що випереджають подію?

Самостійна робота:

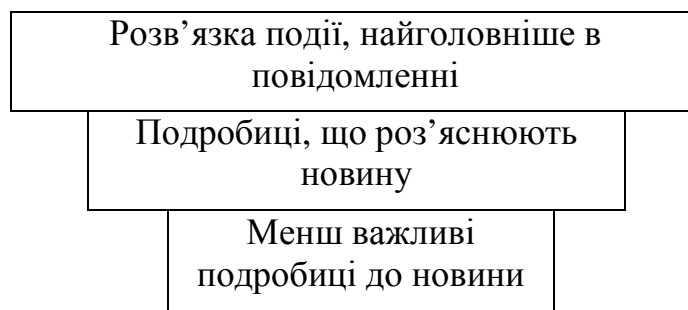
1. Напишіть інформаційні повідомлення, застосовуючи різні принципи викладу інформації. Повідомлення можуть стосуватися однієї події.
2. Напишіть інформаційне повідомлення про очікувану подію та подію, що вже відбулась. З'ясуйте різницю в методах викладу інформації.
3. На основі матеріалів новинних сайтів та інших запорізьких ЗМІ підготуйте підсумковий випуск міських новин (5-6 повідомлень).

Методичні рекомендації

Під час вивчення теми студент має усвідомити, що не існує єдиного методу викладу новин для передачі по радіо. Проте більшість повідомлень все ж пишуться за однаковим принципом, що полягає в максимальному наслідуванні структури усної розповіді новин. Як свідчить практика усного неофіційного спілкування, виклад новини люди завжди починають з головного – того, що може одразу виявитися цікавим і важливим для співрозмовника. Після цього вони переходять до викладу подробиць, а наприкінці можуть дати ще й оцінку чи розтлумачити зміст повідомлення. Саме у такій послідовності люди розповідають новини у тому випадку, коли вони були безпосередніми учасниками або очевидцями події. Якщо ж новина стає їм відомою з інших джерел, в структурі усної розповіді з'являється ще один елемент – посилання на джерело інформації. Такий спосіб викладу новин порівнюють з побудовою «перевернутої піраміди», в якій виклад інформації здійснюється від найважливішого до менш важливого. Робиться це з метою, щоб одразу викласти суть новини, а потім подати подробиці з тенденцією до зменшення їхньої вагомості та цікавості.

Користуючись принципом «перевернутої піраміди», журналіст прагне відповісти на питання: що?, де?, коли?, хто?, чому? і як?

Зверніть увагу, що ці питання можуть ставитися в різній послідовності, що залежить від конкретних обставин, задуму автора, перебігу події тощо. Графічно принцип «перевернутої піраміди» можна зобразити так:



У практиці радіомовлення застосування такого принципу викладу інформації зумовлюється такими причинами:

- 1) забезпечення найприроднішого шляху викладу новин і легкість сприйняття;
- 2) опис новини, не чекаючи з'ясування всіх подробиць;
- 3) отримання слухачем найважливіших фактів у першу чергу, а відтак і певного вибору – слухати новину далі чи обмежитись почутим;
- 4) полегшує верстку випуску, оскільки всі повідомлення легко скорочуються залежно від потреби чи тривалості звучання випуску;
- 5) полегшує роботу редактора, який у разі потреби може скорочувати і переробляти повідомлення без переписування всього тексту.

Проте студентам слід пам'ятати, що у практиці інформаційного радіомовлення виробилось чимало методів викладу новин, заснованих на принципі наслідування структури усної розповіді. Так, виклад новин на одну тему базується на фактах, серед яких один є головним. Перед викладом новини треба ретельно проаналізувати зроблені записи і визначити головний факт. Решту фактів, що можуть бути деталями й подробицями до нього, треба викласти у такій послідовності, щоб їх важливість поступово зменшувалась.

Якщо ситуація вимагає підготовки новин, що об'єднують кілька тем, то слід зважати, що такого типу новина містить, як правило, кілька рівноцінних фактів. Методика її викладу вимагає:

- 1) включити до початку всі факти за порядком їх важливості і без будь-яких деталей і подробиць;
- 2) далі за допомогою деталей і подробиць роз'яснити кожен факт у тій самій послідовності, в якій вони викладені у початку.

Графічно цей метод має такий вигляд:

Початок / факт №1, №2, №3/
Подробиці до факту №1
Подробиці до факту №2
Подробиці до факту №3

Наприклад:

«Поліпшення роботи університетської бібліотеки /факт №1/, збільшення годин англійської мови в навчальних планах /факт №2/, відвідування студентами занять /факт №3/. Про це говорили сьогодні в Запорізькому національному університеті під час робочої наради представників ректорату та студентського активу.

Голови студентських рад факультетів заздалегідь підготували список актуальних питань щодо організації навчального процесу та студентського життя.

Так, студенти філологічного факультету звернулись до ректорату з проханням збільшити кількість книжок на художньому абонементі Наукової бібліотеки ЗНУ, адже деякі примірники є лише в одному екземплярі. Ректор підтримав це прохання та зазначив, що в університеті зараз працює робоча група із модернізації Наукової бібліотеки /подробиці до факту №1/.

Також студентів хвилює, у якій формі будуть проводитись заняття з англійської мови. Наразі планується, що студенти будуть вивчати іноземну мову на кожному курсі як частину обов'язкової програми. Крім того, усі охочі зможуть вивчати іноземні мови ще й факультативно /подробиці до факту №2/.

Крім того, під час зустрічі ректор зазначив, що у нашому університеті був активізований процес повернення студентів до аудиторій. Щодня представники навчального відділу перевіряють кількість студентів на заняттях. І вже сьогодні

можна говорити про певні позитивні результати цієї роботи – показники відвідування значно покращилися /подробиці до факту №3/».

Будь-яка подія, що вже завершилась або ще розвивається, у підсумку або на певному етапі її розвитку має певний результат. Методика викладу подієвої новини вимагає:

- 1) спочатку викласти останній результат;
- 2) далі переказати попередні події, у хронологічній або логічній послідовності;
- 3) знову переказати ці самі подробиці, але вже під певним кутом зору.

Графічно цей метод можна зобразити так:

Початок (результат події)
Переказ подробиць в хронологічному порядку
Переказ подробиць під певним кутом зору
Роз'яснення значення описаної події

Нерідко за такої методикою описуються новини, в яких викладається перебіг спортивних змагань: футбольних матчів, турнірів тощо.

Науковці, зокрема В. Миронченко, виділяють ще один метод викладу інформації – за допомогою цитування. Він прийнятний для викладу промов, доповідей, інтерв'ю, заяв, виступів, прес-конференцій тощо. Зміст таких повідомлень формується таким чином:

- 1) початок, в якому підсумовується сказане, містить висновок з почутого;
- 2) найважливіші думки промовця чи опитуваного, розміщені у порядку зменшення вагомості;
- 3) виклад цитат, що чергуються з авторським текстом, який зв'язує цитати.

Але, зважаючи на вимоги до радіофонічності повідомлень і особливості психології сприйняття звукової інформації, варто наголосити на недоцільності використання цитатних методів викладу інформації. Така подача новин вимагає вживання додаткових реплік: «початок цитати», «кінець цитати», що ускладнює сприйняття інформації. Крім того, різкий перехід від третьої до першої особи створює слухацький дискомфорт. Альтернативою цитуванням може стати звукова інформація: синхрони, коментарі тощо.

Новини, що базуються на фактичному матеріалі про майбутні події, зосереджують увагу слухачів на очікуванні цих подій, рекламують їх, сприяють формуванню громадської думки. Наприклад, між початком підготовки спектаклю і його прем'єрою є кілька місяців. Протягом цього інтервалу редакція може рекламувати спектакль у своїх випусках. І кожне з цих повідомлень буде новиною, що випереджає подію. Анонсуватися можуть різні події: вибори, спортивні змагання, конкурси, концерти, фестивалі, соціальні акції тощо.

Для належного висвітлення таких подій треба спочатку скласти план підготовки цих повідомлень. Наприклад, щодо згаданої прем'єри він може виглядати таким чином: 1) анонс дати прем'єри; 2) вибір і затвердження складу дійових осіб; 3) перебіг репетицій; 4) підготовка декорацій і костюмів; 5) кінцеве повідомлення, в якому варто нагадати сюжет вистави та виконавців головних ролей. Спланована таким чином серія повідомлень дає змогу підвищити інтерес до майбутньої події і показати її у розвитку.

Особливість викладу новин, що випереджають події, полягає в тому, що кожне повідомлення із запланованої серії треба подавати як звичайну новину і будувати її навколо особливої риси події – кожного разу нової. При цьому важливо не зловживати рекламою. Слухачів варто зацікавлювати фактами, коментарями директора, театрального критика, акторів та ін. При цьому не закликати відвідати прем'єру чи придбати квиток.

Новини про події, що вже відбулися, інформують про перебіг подій і те, чим вони завершилися. Ці результати розвитку подій можуть бути викладені за допомогою одного підсумкового повідомлення або за допомогою серії повідомлень, кожне з яких розповідає про черговий завершений етап розвитку події. Особливість підготовки таких повідомлень полягає в тому, що на перше місце завжди висувається останній або кінцевий результат перебігу події. А ті події, які відбулися раніше, викладаються в хронологічній або логічній послідовності. Таким чином створюється тло, на якому стає зрозумілішим результат події – її підоснова, передумови виникнення.

При підготовці новин, що підсумовують розвиток подій, застосовують слова-зв'язки і перехідні фрази. Вони, з одного боку, вказують на зв'язок і взаємну залежність викладених фактів, а, з іншого, доповнюють і посилюють результати події, поєднують усі факти в єдине ціле.

При виконанні практичних завдань можна скористатися інформацією про подію, яка відбулася раніше і була відвідана студентом. На основі цієї інформації мають бути підготовлені повідомлення з різними принципами викладу інформації. Принцип викладу студент обирає самостійно. Вибір слід обґрунтувати. Окремо має бути написане анонсоване повідомлення про подію, що тільки планується. При цьому повідомлення має відповідати на 6 питань і містити усі структурні елементи. З'ясувати різницю в методах викладу інформації.

Для виконання самостійної роботи необхідно на основі матеріалів новинних сайтів та інших запорізьких ЗМІ підготувати підсумковий випуск міських новин (5-6 повідомлень). Слід звернути увагу на ті повідомлення, що підсумовують розвиток події, і при написанні повідомлень слід використовувати перехідні фрази й слова-зв'язки. Випуск новин може підсумовувати події за день чи за тиждень.

Рекомендована література

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. / З. Вайшенберг, за ред. В.Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.

2. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

2. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.

3. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.

4. Радіожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.

5. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат : учеб. пособ. / под ред. Т.В. Васильевой, В.Г. Осинского, Г.Н. Петрова. – СПб., 2002. – Ч. 1. – 190 с.

6. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 13-14

ВИКЛАД ТЕМАТИЧНИХ НОВИН

План

1. Класифікація інформації за сферою людської діяльності.
2. Підготовка політичних новин.
3. Методика підготовки економічних новин.
4. Соціальна тематика в радіоновинах.
5. Особливості підготовки новин культури.
6. Підготовка спортивних новин.
7. Методика підготовки кримінальних радіоновин.

Основні терміни і поняття: класифікація, тематика новин, політичні новини, економіка, екологія, новини культури, освіта й наука, спортивна тематика, кримінальні новини.

Питання для самоконтролю:

1. Чому політичні новини здебільшого відкривають інформаційні випуски і програми?
2. Як слід описувати економічну новину, щоб вона стала цікавою і водночас зрозумілою для слухачів?
3. Який принцип викладу інформації притаманний для висвітлення спортивної події?
4. Якими знаннями має володіти радіожурналіст, який працює над кримінальною тематикою?
5. Який перелік тем входить до соціальних новин?

Самостійна робота:

1. Із сайтів інформаційних агенції України чи новинних порталів оберіть 5 повідомлень на різну тематику.
2. Прослухайте радіопередачу «Конкульт» на «Радіо Ера» (<http://eramedia.com.ua>) й визначте проблематику новин культури на радіо.
3. Прослухайте радіопередачу «Спортивні новини» на «Радіо Ера» (<http://eramedia.com.ua>) й вкажіть на специфіку подачі інформації.
4. Перегляньте пленарне засідання Верховної Ради України (<https://www.youtube.com/user/RadaTVchannel/videos?view=0>) і з урахуванням методики підготовки політичних новин напишіть повідомлення для випуску радіоновин.

Методичні рекомендації

Під час вивчення теми студент має згадати класифікацію інформації за сферами людської діяльності. Згідно цій класифікації дослідник В. Миронченко поділяє інформацію на: політичну, економічну, наукову, культурну, правову, соціологічну, статистичну, релігійну тощо. Залежно від цього визначається й тематика новин, яка відповідає сферам людської діяльності.

Підготовка кожного тематичного різновиду радіоновин залежить від специфіки інформації. Проте як і решта повідомлень тематичні новини викладаються в манері усної розповіді із врахуванням специфічних аспектів того чи іншого виду діяльності.

Політичні новини – це свіжа інформація зі сфери політики, повідомлення, пов'язані з діяльністю держави, урядових установ і осіб, які здійснюють урядові функції.

Цілком очевидно, що політики і журналісти зацікавлені одне в одному. Політики через мас-медіа можуть згуртувати значно більше населення порівняно з тим, якби вони це робили самотужки. А для ЗМІ політики є важливим джерелом інформації.

Німецький дослідник Г. Штромайер наголошує на первинній меті політичної роботи зі ЗМІ, що полягає в прямому впливі на діяльність ЗМІ, а отже, опосередкований вплив на населення. При цьому передусім йдеться про те, щоб:

- пропагувати позитивні теми і виносити їх на обговорення мас-медіа чи громадськості;
- приховувати негативні теми або, якщо не виходить, позитивно їх інтерпретувати.

Методика підготовки політичних новин передбачає:

1. Акцентування уваги слухачів на найважливішому – результатах політичних подій, підсумках переговорів, суті законів і рішень, а також політичних оцінок від представників різних гілок влади. Ця найголовніша інформація викладається на початку інформаційного повідомлення. Відомості про перебіг

політичної події автор викладає у частині подробиць і бекграунді. Для прикладу варто порівняти 2 варіанти повідомлень.

1 варіант (погано): *«Сьогодні у Рівному відбулось засідання сесії обласної ради, під час якого стало відомо про відставку голови облради Юрія Кічатого».*

2 варіант (краще): *«Голова Рівненської обласної ради Юрій Кічатий подав заяву про відставку. Це стало відомо під час засідання обласної ради».*

2. Виклад політичної новини можна також починати з характерної риси чи особливості, яка гостро та яскраво виражає суть політичної події. У такому випадку автор привертає увагу аудиторії до повідомлення, робить його яскравішим і динамічнішим. Прикладом такого початку може стати лід: *«Традиційним протистоянням правладних депутатів і опозиції завершилось сьогоднішнє засідання Верховної Ради України. Народні обранці так і не змогли прийняти Державний бюджет».*

3. Нерідко зміст політичної новини становить виступ, промова чи заява політика. У такому разі слід дати стислий виклад виступу, подаючи інформацію від третьої особи однини. Якщо промова має важливу заяву, резонансні відомості, що демонструють ставлення мовця до подій чи явищ або яскраві емоції мовця, варто використати або звукову інформацію, або цитування.

4. У політичних новинах варто уникати загальних фраз і іменників, що позначають абстрактні поняття. Наприклад: *«він розповів про перебування у Польщі»*, *«вони сперечалися щодо складної політичної ситуації в країні»* тощо. Такі фрази варто одразу «розшифровувати» і конкретизувати, вказуючи не на факт самої події, а на її результат.

5. Якщо в новині йдеться про прийняття рішень, протистояння політичних опонентів в повідомленні мають бути висвітлені дві протилежні позиції. Саме таке поєднання фактів дасть можливість аудиторії самостійно приймати рішення. Відповідним чином мають і обиратися особи для коментування події чи явища.

6. Коли в повідомленні йдеться про офіційний візит політиків, то для автора мають значення деталі, заяви, дотримання дипломатичних норм, навіть емоції учасників події. Ці аспекти в політичному житті мають велике значення і можуть вплинути на перебіг самої події або матимуть наслідки для держави. лексика має бути чіткою, фрази відшліфовані, факти відповідати дійсності.

Політична тематика вважається однією з найважливіших у новинному дискурсі. Повідомлення на політичну тему традиційно відкривають радіовипуски новин, оскільки їх сприйняття і розуміння передбачає концентрацію уваги слухачів. Тому важливо, щоб початок випуску новин був не тільки важливим, а й зрозумілим для аудиторії.

Збільшення інтересу аудиторії до економічної складової суспільного життя змушує інформаційні редакції ширше і доступніше подавати новини про підприємницьку й фінансову діяльність, роботу банків, бірж, податкову політику тощо. Разом із тим нерідко перед журналістами постає проблема викладу такої інформації, оскільки пересічні громадяни вимагають роз'яснень конкретних

ситуації, а для фахівців-економістів такі пояснення виявляються зайвими. У такій ситуації В. Миронченко при написанні економічних новин радить використовувати лише ті терміни, які правильно розуміє сам автор, і є впевненість, що їх так само розуміють і слухачі.

Підвищення цікавості до економічної тематики зумовлено інформаційним приводом повідомлення. Зазвичай слухачів цікавить інформація про підвищення цін, нові податки, рівень інфляції, зміни курсів валют, закриття чи злиття фінансових установ чи підприємств. У цьому контексті для аудиторії важливо, як зміниться життя звичайних громадян, як це вплине на їх добробут. Тому журналіст має зважати на інформаційні очікування слухачів, щоб не перетворити випуск новин на повідомлення для дуже обмеженого кола банкірів чи брокерів.

Крім того, при написанні повідомлення на економічну тематику треба чітко усвідомлювати результат чи наслідок конкретної події чи тенденції. Адже результат – це найважливіше у новині, тому він складає лід повідомлення. При цьому не варто обмежуватись констатацією фактів. Важливо показати причини й наслідки конкретної ситуації, що демонструє глибину знань журналіста.

Економічні новини нерідко супроводжуються цифрами і числами, які на слух сприймаються досить важко. Науковцями доведено, що аудиторія здатна запам'ятати не більше трьох чисел у радіоповідомленні, тому журналіст має визначитись із важливістю цієї інформації й використовувати дійсно красномовні цифри. Крім того, вони мають бути зрозумілими для слухача. Для цього не варто використовувати такі величини, як кубічні метри, центнери. Доречніше вживати метри, кілометри, тонни тощо.

1 варіант (погано): *«У Запорізькій області аграрії зібрали 84 центнери пшениці з гектара».*

2 варіант (краще): *«У Запорізькій області аграрії зібрали мільйон 200 тисяч тон пшениці».*

У другому варіанті запропоновану цифру слухачам простіше уявити і зрозуміти, тоді як перший варіант не дає повного уявлення про кількісний показник врожаю. Але не варто довго пояснювати значення цифр, що може призвести до розпорошування уваги аудиторії та некоректних порівнянь.

Соціальна тематика в інформаційній журналістиці включає повідомлення про фінансовий стан, пенсійне, житлово-комунальне забезпечення, охорону здоров'я громадян, стан навколишнього середовища, захист споживачів, проблеми освіти тощо. Повідомлення на соціальну тематику складають основу випусків новин у ЗМІ, адже мас-медіа мають відображати в першу чергу інтереси цільової аудиторії, тому відповіді на основні соціальні питання є основними у новинних програмах.

У повідомленнях на соціальну тематику важливими залишаються наслідки події чи явища для громадян, тому головними фактами мають бути, наприклад, підвищення тарифів чи цін на продукти харчування, збільшення заробітної плати, зміни на ринку праці, у медичній, освітній галузях, навколишньому середовищі тощо. У цьому контексті основним є наслідок, результат, а не сама подія, що йому

передувала. Тому лід радіоповідомлення констатує, наприклад, факт підвищення тарифів на газ, а не факт проведення засідання, на якому відповідне рішення було прийнято.

Окремо варто зупинитися на радіоповідомленнях про науку та медичну галузь. Їх виклад передбачає використання спеціальної термінології, яка, з одного боку, має пояснювати суть явища, а з іншого, бути зрозумілою для слухача. Тому терміни, значення яких невідоме для широко загалу, мають бути роз'яснені. Актуальною також залишається вимога щодо змісту повідомлення: воно має містити результат або значення для слухачів.

Новини на культурну тематику об'єднують досить широкий спектр інформаційних повідомлень, адже включають інформацію про освіту, норми моралі, естетичне виховання людини. Проте в контексті новинної журналістики дослідники розглядають культуру як сферу людської діяльності, що цікава з погляду особливостей відображення дійсності. Український дослідник В. Миронченко називає культурні новини мистецькими. І зазначає, що більшість їх складають подієві новини – оперативні повідомлення про події культурно-мистецького життя – творчі звіти, з'їзди, конференції, пленуми, фестивалі, виставки, прем'єри, вечори, ювілеї митців, гастролі різноманітних колективів, окремих митців, дні, тижні і декади літератури та мистецтва.

У таких повідомленнях йдеться про роботу закладів культури: музеїв, театрів, літературних гуртків, концертних залів, а також про роботу творчих спільнот. Серед таких вокальні колективи, письменницькі спілки, кінематографічні угруповання. До цих спілок, до речі, належить і діяльність журналістів, як діячів письменницької творчості. Щодо подій, які можуть бути приводом для висвітлення у новинах культури, то це, зазвичай, концерти, виставки, літературні вечори, фестивалі, мюзикли, хореографічні постановки, кінопрем'єри, пленуми, творчі звіти, ювілейні вечори тощо.

Окрім подієвої інформації, повідомлення на культурну тематику може містити розповідь про творчу особистість у вигляді портретного інтерв'ю або ж нариса, екскурсію до майстерні художника у вигляді репортажу або ж кореспонденції.

Робота над культурними новинами, як і над іншими тематичними різновидами, вимагає від журналіста специфічних знань у мистецькій галузі. Тому нерідко кореспонденту допомагають мистецтвознавці й критики, коментарями й оцінками яких не варто нехтувати. До фактів, якими оперує журналіст при підготовці новини культури, належать імена акторів, художників, письменників, назви книг, фільмів, вистав тощо. Але ці відомості не дають слухачеві ніякої інформації. Якщо переліку не можливо уникнути, треба обов'язково дати невеличку характеристику кожному з перерахованих творів. Тоді у слухача з'явиться хоча б мінімальне уявлення про сюжет і він сам обере, який твір йому до смаку. Щодо переліку імен, то не варто журналісту перераховувати усіх акторів фільму. Треба згадати видатних постатей, які у цій картині зіграли ювілейну роль,

або ж постали перед глядачами у новому образі. Не варто оминати увагою й дебютантів.

Розповідь про мистецькій твір не має обмежуватись переповіданням змісту. Цікавіше буде дізнатися про те, на яку проблему звертає увагу автор, що він хоче донести до аудиторії. У цьому і виявляється письменницький талант журналіста, адже він має розповісти про твір так, щоб слухач його зміг або уявити, або мав бажання прочитати чи переглянути.

Спортивна тематика сьогодні залишається однією з найактуальніших для аудиторії ЗМІ. Найважливіше в спорті – результат гри, тому виклад новин починається саме з цього. Тобто спочатку у повідомленні вказується, хто і з яким рахунком чи результатом переміг, а вже потім – розповідь про те, якою саме була гра. Разом із тим, треба зважати на специфіку виду спорту, про який йдеться у повідомленні. Є деякі види спорту, наприклад, гімнастика, де результат не дає повного уявлення про реальну ситуацію, а все залежить від рангу змагань і складу учасників. Особливістю спортивних змагань є те, що вони являють собою ланцюг послідовних закінчених подій, що виникають і розвиваються в межах одного змагання. Тому виклад радіоновин варто починати із того, що відбулось в останню мить, а вже потім про попередні й майбутні події.

Для журналіста, що висвітлює спортивну тематику, важливим є знання правил гри, історії попередніх змагань команди, відповідної термінології окремого різновиду спорту тощо. Крім того, практики радіомовлення наголошують на необхідності неупереджено розповідати про окремих гравців, особливо про зіркових спортсменів, згадувати імена і прізвища найактивніших гравців, тренерів.

Виклад спортивних новин здійснюється за хронологічним принципом за традиційною структурою (лід, корпус новини, бекграунд). У ліді викладається результат гри або останні нові відомості. У корпусі новини послідовно подаються подробиці змагань. Завершується повідомлення анонсуванням наступних ігор згаданої команди, результатом турнірної таблиці тощо.

Новини спорту, на відміну від інших різновидів новин, передбачають елемент прогнозування, за умови його об'єктивного висвітлення. Володіючи інформацією про ігрову історію команд, фізичний потенціал гравців, аналізуючи тренування, журналіст може подати прогноз щодо результату гри. Але важливо не видавати бажане за дійсне, тому доцільно брати до уваги заяви тренерів, гравців, експертів та ін.

Останнім часом кримінальна тематика заповонила теле- та радіоефіри і вважається однією з найпопулярніших серед аудиторії. Проте для журналістів ця тема досить складна для висвітлення, оскільки потребує чималих юридичних знань, законодавчої обізнаності та засвоєння етичних норм. Важливо звертати увагу на лексику, яка має відповідати юридичній дійсності. Наприклад, журналіст не може підозрюваного чи затриманого називати злочинцем доти, доки суд не винесе відповідний вирок. Висвітлюючи кримінальні новини, варто пам'ятати про таємницю слідства, тому навіть достовірна інформація на вимогу правоохоронних

органів не може бути оприлюднена. Уважно слід працювати з подробицями події, уникаючи сцен насилля й особливо жорстоких фактів.

Рекомендована література

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. / З. Вайшенберг, за ред. В.Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.
2. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
2. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.
3. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
4. Радіожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.
5. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат : учеб. пособ. / под ред. Т.В. Васильевой, В.Г. Осинского, Г.Н. Петрова. – СПб., 2002. – Ч. 1. – 190 с.
6. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Кієво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 15-16

МОНТАЖ ВИПУСКУ НОВИН

План

1. Монтаж: визначення поняття й різновиди.
2. Основні звукозаписуючі програми.
3. Програма Audacity: загальна характеристика.
4. Огляд основних можливостей пакету Audacity, редагування звука.

Основні терміни і поняття: монтаж, звук, звукова доріжка, музичний підклад, начитування, мікрофон, монтажна програма, запис, Audacity, шум, сигнал.

Питання для самоконтролю:

1. Які функції виконує монтаж на радіо?
2. У яких випадках на радіо використовують акустичний колаж?
3. Які переваги й недоліки основних звукозаписуючих програм?
4. Якими можливостями роботи зі звуком володіє програма Audacity?

Самостійна робота:

1. Опрацювати навчальний посібник: Горюнов В.А., Стась А.Н. Обработка и монтаж аудиозаписей с использованием Audacity: учебн. пособ. – М., 2008. – 40 с.
2. Встановити на комп'ютер програму Audacity, ознайомитись із її інструментарієм і основними опціями.
3. Підготувати звукові матеріали для роботи із монтажем (музичний підклад, начитаний текст журналіста, синхрон).
4. Змонтувати інформаційне радіоповідомлення хронометражем до 1 хв., в якому би були такі елементи: музичний підклад, текст журналіста, розділений синхронном. Звуковий файл має бути збережений у форматі MP3.

Методичні рекомендації

При вивченні цієї теми студенти мають згадати, що головним стилетворчим виражальним засобом радіожурналістики є монтаж (від фр. *montage* – збирання). Дослідниця телевізійного монтажу Н. Утілова визначає це поняття як особливу систему змістових, аудіовізуальних і ритмічних співвідношень окремих кадрів, їх формальне й змістове поєднання і співставлення. Науковець виділяє такі складові цього поняття: монтаж як технічний прийом, як художня форма творчого мислення та монтажне сприйняття твору в цілому.

Як технологічний засіб монтаж з'явився на радіо в умовах попереднього запису передач. Але це не означає, що в живому мовленні монтаж як виражальний засіб не використовувався. Це була своєрідна форма композиції, в якій окремі частини поєднувалися одна з одною не на плівці, а в прямому ефірі.

Термінологічні словники поняття «монтаж» визначають як складання, з'єднання у певній послідовності та за певною системою частин в єдине ціле. На радіо монтаж має такі значення:

- 1) нескладна обробка аудіофайлу, на якому зроблено запис, усунення із запису непотрібних або невдалих місць і з'єднання окремих частин запису в єдине ціле;
- 2) з'єднання в певному порядку частин радіопередачі, а також всієї денної програми, що допомагає підсилити ефект впливу на слухача. Можливе, наприклад, хронологічне послідовне з'єднання матеріалу для того, щоб домогтися його емоційного звучання;
- 3) поєднання різних виражальних засобів радіо: слова і шумів, слова і музики, шумів і музики або всіх виражальних засобів одночасно.

Монтаж дає змогу вдосконалити звуковий матеріал, прибираючи розтягнуті елементи та залишаючи найяскравіші фрагменти життєвої реальності; перемішувати звукові епізоди з одного місця на інше відповідно до композиційного задуму автора; ущільнювати, конденсувати час за допомогою монтажних переходів; зміщувати, накладати мову, шуми та музичні елементи, досягаючи максимального художнього вираження; з'єднувати фрагменти запису за

асоціативним, послідовним та паралельним принципами; зіштовхувати контрастуючі частини, підсилюючи ефект впливу на слухачів.

У процесі роботи над програмою автор звертається частіше до тих стилетворчих засобів, які здатні стати організуючим початком емоційного середовища конкретного радіоповідомлення. Найбільші можливості в цьому випадку надає **акустичний монтаж**. Так ми називаємо технічний процес, що дозволяє поєднати на плівці окремі звукові елементи або звукові фрагменти радіоповідомлення в цілісну композицію. Монтаж як спосіб художньої організації фактичного матеріалу використовується і в прямому ефірі – в передачах, присвячених переважно масовим урочистостям або трагічним подіям, що стосуються широкого кола населення.

Нерідко використовується ще один вид монтажу – **паралельний**. Він передбачає поєднання різних за часом і місцем події, що підпорядковується задуму автора. У цьому випадку звукові фрагменти самі по собі не мають директивної влади щодо послідовності їх включення у радіоповідомлення. На відміну від паралельного, послідовний монтаж полягає в побудові чітко сформованого й емоційно завершеного звукового фрагмента. Аналогом радійної звукової монтажної фрази в кінематографі варто вважати таку одиницю, як епізод.

Одним із найсучасніших і потужних засобів логічного та емоційного впливів на слухача вважається метод **акустичного колажу** (поєднання різнофактурних звукових елементів), що став особливо популярний з середини 60-х рр. ХХ ст. Колаж прийшов в радіожурналістику із театру й кінематографу, де він означав «кумедне переплетення лозунгів, цитат, портретів, світлин, робочих моментів зйомки, ігрових сцен тощо.... З метою синтетичного осмислення дійсності».

Перераховані різновиди монтажу використовуються з метою художнього осмислення дійсності, тому зазвичай використовуються під час створення окремого журналістського матеріалу різних типів мовлення: інформаційного, художнього тощо. Для формування випуску новин актуальним є монтаж як технічних засіб, що передбачає з'єднання в певній послідовності частин радіопередачі, що допомагає підсилити ефект впливу на слухача. Частинами інформаційного випуску можуть бути заставки, відбивки, радіоповідомлення, перебивки, а також рубрики, розділи, що ідентифікуються звуковими сигналами.

З навчальною метою для монтажу випуску новин використовуються такі аудіоредактори: Audacity, Cool Edit Pro, Wave Ped, mp3 Direct Cut, Nuendo та ін. Докладніше розглянемо один з таких аудіоредакторів Audacity, що являє собою нескладну для користування програму з широкими можливостями щодо роботи із звуком.

Програма Audacity є безкоштовною. Після встановлення на комп'ютері програми з'явиться вікно, зображене на рис. 1.

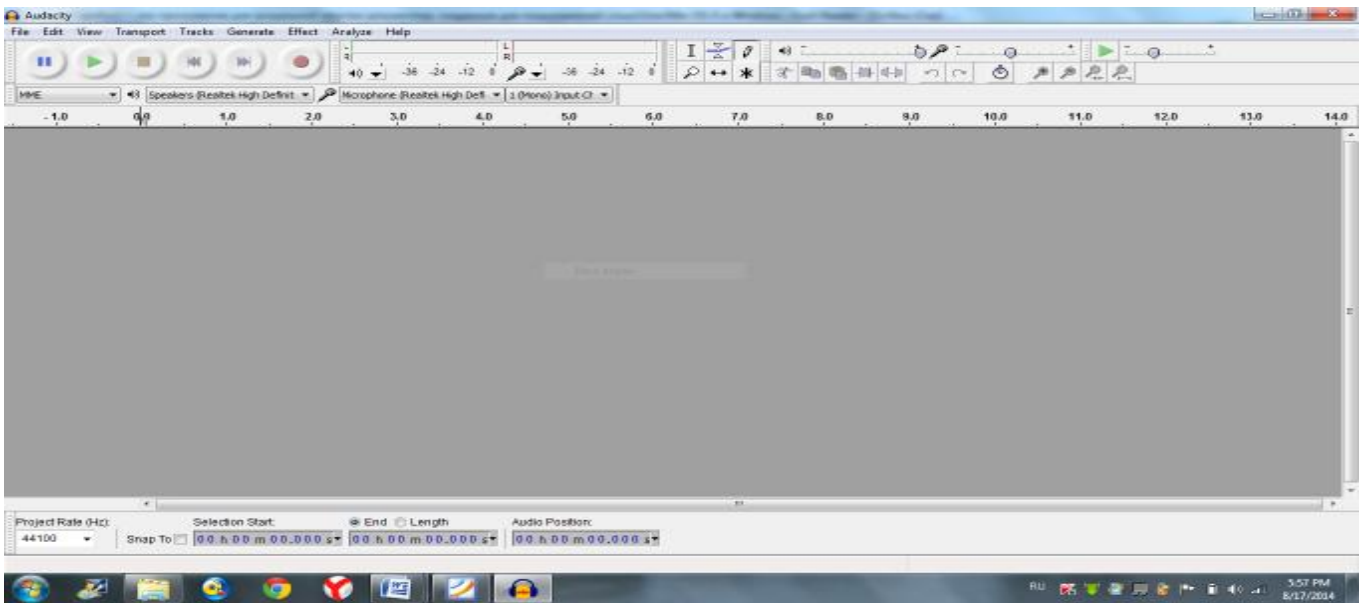


Рис. 1

Програма Audacity працює з такими звуковими форматами: WAV, AIFF, Sun Au/ NeXT, MP3, Ogg Vorbis. Для роботи з редактором варто ознайомитись із групою інструментів панелі **Інструменти Audacity** (рис. 2).

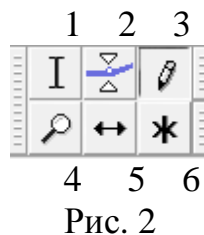


Рис. 2

Виділення (1) – це головний інструмент. З його допомогою виділяється фрагмент сигналу. Виділений фрагмент копіюється поєднанням клавіш Ctrl+C/ Відтворення починається з початку виділення.

Зміна гучності (2) – цей інструмент дає можливість контролювати затухання й підвищення гучності звуку. Обираючи цей інструмент, частина сигналу виділяється зеленим кольором. Щоб поставити контрольну крапку (місце затухання), достатньо натиснути курсор в цьому місці й змінити гучність.

Переміщення доріжки у часі (5) – цей інструмент дає можливість рухати доріжки відносно одна одної у часі.

Масштабування (4) – цей інструмент дає можливість збільшувати окремі ділянки аудіосигналу.

Зміна семплів (3) – цей інструмент дозволяє малювати криву сигналу. Семпл являє собою мінімальну ділянку графіка доріжки, доступний для редагування.

Універсальний інструмент (6) – цей інструмент, як і інструмент 3, здатний змінювати криву сигналу. Однак він редагує не окремі семпли, а виділену ділянку сигналу.

Далі опишемо призначення складових панелі Control Audacity (рис. 3).



Рис. 3

Відтворення – ця клавіша призначена для початку відтворення звуку. Якщо її натиснути разом із клавішею Shift, то виділена ділянка програтиметься циклічно.

Запис – слугує для початку запису з вхідного пристрою вашого комп'ютера.

Пауза – призводить до паузи у відтворенні звуку.

Зупинити – призводить до зупинки відтворення звуку.

Перейти у кінець доріжки – переміщує курсор у кінець проекту.

Щоб завантажити звуковий фрагмент для роботи з ним у програмі Audacity, необхідно скористатися опціями меню **Файл**.

Опція **Створити проект** (Ctrl+N) створює нове вікно проекту.

Відкрити (Ctrl+O) – відкриває діалогове вікно для вибору файлу. Клікаючи на необхідний файл, у вікні з'явиться діаграма звукової доріжки. Так виглядає записана або завантажена доріжка (рис. 4). Щоб поєднати дві доріжки, наприклад, записаний текст і музичний підклад, треба до вже завантаженого у програму тексту приєднати музичний файл. Це можна зробити, перетягнувши його клавішею миші у вікно програми. Після завантаження з'явиться друга доріжка щойно завантаженого файла.

Закрити (Ctrl+W) – закриває вікно проекту.

Зберегти проект (Ctrl+S) – зберігає проект Audacity у робочому форматі AUP. Після завершення роботи над проектом його необхідно експортувати в прийнятний формат. Це можна зробити за допомогою опції **Експортувати** в меню **Файл**.

Вийти (Ctrl+Q) – закриває всі вікна Audacity. Програма поставить питання про необхідність збереження проекту для майбутнього використання.

Для роботи із завантаженим файлом необхідно виконати наступні дії:

1. Щоб видалити непотрібний фрагмент звукової доріжки, треба його виділити за допомогою **функції виділення** (1) → навести курсор на доріжку і лівою кнопкою миші виділити цей фрагмент, потім прослухати і видалити за допомогою клавіші **Delete**.

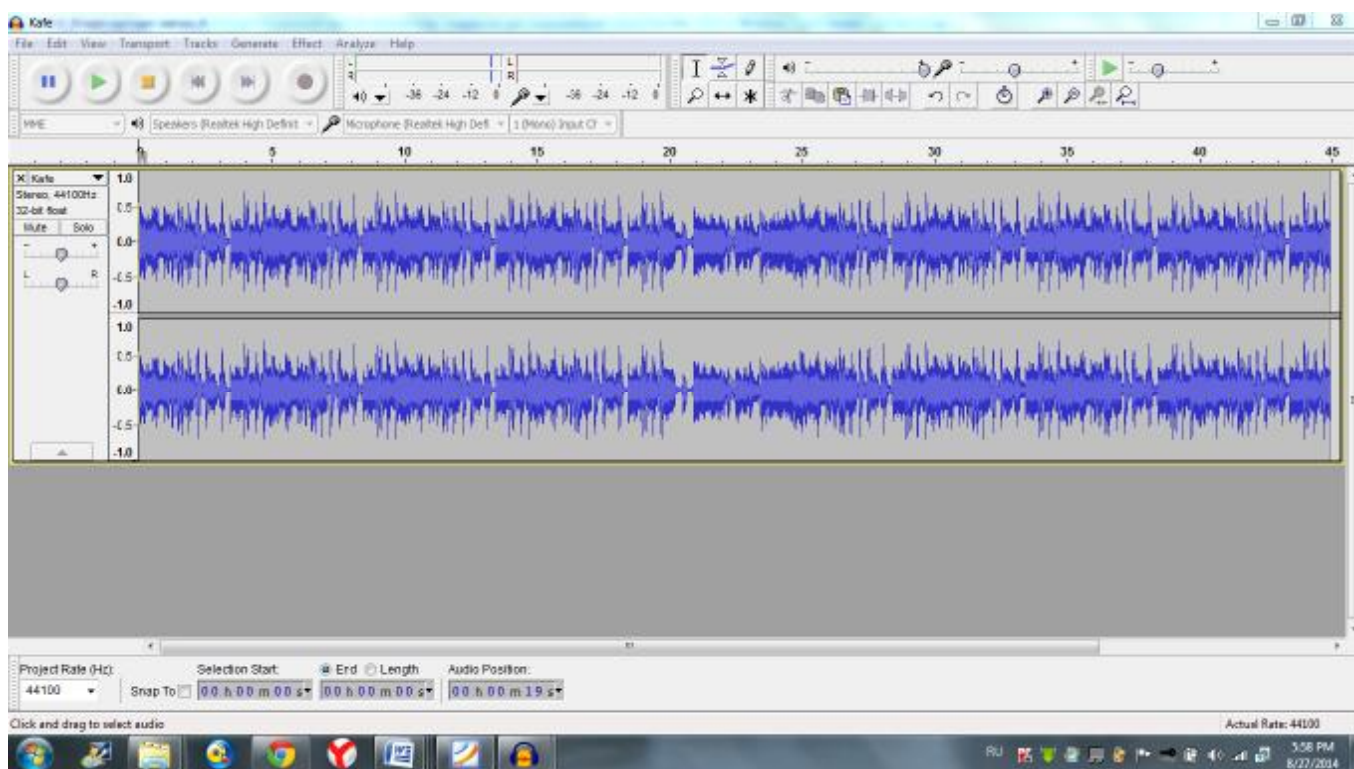


Рис.4

2. Щоб зробити плавний перехід від однієї звукової доріжки до іншої, треба скористатися функцією **зміна гучності** (2). Цей інструмент дає можливість контролювати згасання й підвищення гучності звука. Обираючи цей інструмент, частина сигналу виділяється зеленим кольором. Щоб поставити контрольну крапку (місце згасання), достатньо натиснути курсор в цьому місці й змінити гучність.

3. Після завершення роботи над проектом його необхідно експортувати в прийнятний формат. Це можна зробити за допомогою опції **Експортувати** в меню **Файл**.

Для зручності спочатку варто редагувати начитаний текст (текст журналіста, синхрони тощо), а потім цю звукову доріжку поєднувати із музичною складовою.

Рекомендована література

1. Горюнов В.А. Обработка и монтаж аудиозаписей с использованием Audacity: учебн. Пособие / В.А. Горюнов, А.Н. Стась. – М., 2008. – 40 с.

2. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

3. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.

4. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.

5. Радиожурналистика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.

6. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат : учеб. пособ. / под ред. Т.В. Васильевой, В.Г. Осинского, Г.Н. Петрова. – СПб., 2002. – Ч. 1. – 190 с.

7. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 17-18 **ВЕРСТКА РАДІОНОВИН** **План**

1. Поняття верстки в радіомовленні.
2. Основні принципи верстки.
3. Проблемні аспекти верстки в радіомовленні.
4. Структурні елементи випуску радіоновин.

***Основні терміни і поняття:** верстка, структура, повідомлення, рубрика, монтаж, принцип верстки, анонс, заставка, відбивка.*

Питання для самоконтролю:

1. Які функції виконує верстка в радіомовленні?
2. Від чого залежить порядок розміщення повідомлень у випуску новин?
3. Якими вимогами слід керуватися при формулюванні підводок?
4. Назвіть основні типи «переходів», що переключають увагу слухачів при сприйманні новин?

Самостійна робота:

1. Скомпонуйте випуск новин (5-6 повідомлень), зважаючи на принципи верстки. Обгрунтуйте думку.
2. До повідомлень, що увійшли до випуску новин, напишіть тексти-зв'язки. Назвіть їхні типи.
3. Підготуйте приклади стандартних перших і заключних фраз до випуску новин.
4. Студенти діляться на 2 групи (по 5-6 чоловік). У кожній групі обирається студент, що виконує роль випускового редактора. Решта студентів – журналісти. Кожний із них має відвідати подію міського чи університетського масштабу і написати радіоповідомлення. Усі матеріали надаються випусковому редактору, який працює над версткою, текстами-зв'язками (поєднувальними конструкціями) й презентацією випуску новин. Журналістські матеріали презентують їхні автори.

Методичні рекомендації

Для підготовки теоретичного матеріалу слід опрацювати розділ «Верстка інформаційних передач» (с. 308–329) підручника Миронченка В.Я. «Основи інформаційного радіомовлення».

Для виконання практичних завдань стане у нагоді досвід американських практиків радіожурналістики. Вони для верстки випуску новин використовують *підбірку* – аркуш, на якому записано перелік повідомлень. Багато практиків нехтують підбірками, надаючи перевагу перетасуванню історій доти, поки вони не складуться у логічний ланцюг. Проте молоді працівники мають складати такі підбірки, щоб краще організувати випуск.

Підбірка повинна містити назву повідомлення, його тривалість і назву аудіоматеріалу, який його супроводжує. Нижче наведено приклад простої підбірки.

<i>Повідомлення</i>	<i>Запис</i>	<i>Тривалість</i>	<i>Час у програмі</i>
Початок		:03	:03
Токсичні відходи	коментар	:50	:53
Збройний напад		:33	1:26
Судова справа	синхрон	:18	1:44
Прийняття закону	синхрон	:31	2:15
Фестиваль	репортаж	:35	2:50
Театральна прем'єра		:27	3:17
Курс валют		:20	3:37
Погода		:20	3:57
Завершення		:03	4:00

Підбірка впорядковує повідомлення. Визначено певні правила для встановлення цієї послідовності. Важливість, цікавість, суперечливість, незвичайність, актуальність і близькість – все це знову є головним. Інформаційний випуск повинен розпочинатися найважливішою історією. Слухачі хочуть почути головну новину години першою. Проте нерідко головним критерієм під час вибору історії виступає її близькість. Деякі станції взагалі наполягають на тому, щоб випуски починалися місцевими новинами. Хоча рішення щодо визначення головного сюжету може бути доволі дискусійним. Важливість новини є головним критерієм для її вибору. Важливість новини перевищує потребу в географічній послідовності.

Наступна підбірка з нью-йоркської радіостанції укладена головним чином за географічним принципом, але все одно починається випуск найважливішою історією:

1. Сенатор зустрічається з депутатами міськради для обговорення фінансових питань – *місцева*.
2. Міні-момби присилають до корпорацій – *місцева*.

3. Нью-йоркські демократи розділилися в поглядах щодо кандидатури президента – *національна*.

4. Президент призначив дев'ятьох регіональних представників – *національна*.

5. Слухання сенату щодо законопроекту, спрямованого на закриття нафтових компаній – *національна*.

6. Сенатору висунуто звинувачення у хабарництві – *національна*.

7. Заява уряду щодо реклами цигарок – *національна*.

8. Інтерв'ю з лідером Демократичної партії Італії – *міжнародна*.

9. Збільшення податків у Росії – *міжнародна*.

10. Потяг збив вісімнадцятирічного юнака – *місцева*.

11. Батьки протестують проти нових освітніх форм – *місцева*.

12. Працівників банку звинувачують у привласненні коштів – *місцева*.

13. Газета змінює формат – *місцева*.

Випуск новин – це різнобарвна програма: сюжети з різної тематики поєднуються без жодної загальної теми. Звісно, через велику кількість історій, які треба поєднати, неминуче виникає брак логічної послідовності. Але коли є можливість розмістити поряд дві дотичні історії і зробити програму цілісною редактор повинен цим скористатися.

По можливості сюжети зі схожими темами слід розташовувати поряд. Такий прийом дає змогу не лише пом'якшити зв'язок між сюжетами, а й полегшити перехід від блоку місцевих новин до національних.

Сюжети про трудові диспути варто розміщувати поряд, історії про пожежі мають іти одна за одною, природну групу становлять економічні новини, звісно, за винятком тих випадків, коли інші фактори не є важливішими. Якщо в одній пожежі загинуло шестеро пожежників, а інша пожежа цікава лише завдяки тому, що вдалося врятувати від вогню чиюсь домашню тварину, тоді слід керуватися категоріями інформаційної важливості. Смерть пожежників повинна відкривати випуск, тоді як порятунок тварини може його завершувати.

Інформаційний випуск повинен звучати гармонійно. Крім того, він повинен бути живим. Кілька хвилин безперервного читання тексту без жодної перерви набридає. Потрібно змінювати хід програми. За винятком пісень, всі інші види аудіоматеріалів можуть бути допустимими. Аудіоматеріали дають змогу наблизити випуск до реального світу й освіжити його кількома додатковими голосами. Аудіоуривки необхідно використовувати таким чином, щоб вони приносили користь, але й і не завантажували новини. У випуску американського радіожурналіста Ларрі Кларка чотири із семи сюжетів мають синхрони. Якби їх усі поставили поряд, це б обтяжило одну частину випуску, а другу зробило нудною. Замість цього Ларрі Кларк перемішав сюжети із синхронами з історіями, які не супроводжуються аудіоматеріалами:

1. Погода; *із синхронном*.

2. Новий коледж; *із синхронном*.

3. Шкільна пожежа.

4. Сонячна енергія; *із синхронном.*
5. Прес-конференція Президента.
6. Російська бомба; *із синхронном.*
7. Штучний цукор.

Існує й інше правило, яке досить часто є головним. Бажання відсортувати сюжети у випуску за наявності у них аудіоматеріалів має врівноважуватися іншими критеріями. Якщо всі три найважливіші історії мають аудіоматеріали, вони все одно мають стояти одна за одною на початку випуску.

Коли обсяг інформаційних випусків збільшується, їх організація ускладнюється. Часто випуск розділяють на окремі частини – *блоки*, що полегшує процес систематизації сюжетів. Зазвичай блоки поділяють за комерційними чи специфічними ознаками, такими як ситуація на дорогах чи погода. Завдяки такому поділу їх можна використовувати окремо. Кожен блок може мати свою головну, або навіть свою підсумкову історію. Крім того, блоки можуть обмежувати варіанти впорядкування. Програма може починатися блоком місцевих новин, після яких мають іти регіональні новини незалежно від інформаційної важливості сюжетів. Блоки є незамінними на тих станціях, що працюють в інформаційних (новинних) форматах.

Багато станцій полюбляють завершувати випуск незвичайною історією, аби залишити слухачів якщо не з посмішкою, то принаймні здивованими. Проте деякі редактори уникають подібних сюжетів наприкінці випуску, оскільки такий прийом вже, по суті, став кліше. Незвичайні історії можуть звучати в різних частинах інформаційного випуску, але оскільки вони зазвичай не є надто важливими, кінець випуску – найбільш логічне місце для них. Крім того, наприкінці випуску вони допомагають забезпечити зв'язок новинної передачі з рештою розважальних програм станції. Безпосередній перехід від стихійного лиха до пісень може звучати досить дивно.

Під час спілкування люди не переходять з одного предмета розмови на інший кожні 29-40 секунд. Але новини у випуску рухаються саме з такою швидкістю. Тому спосіб, запозичений із розмови, може зробити цей перехід менш різким. Якщо під час розмови змінюється предмет бесіди, то зазвичай такий перехід полегшується якоюсь фразою, яку називають *поєднувальною конструкцією*. Вона виконує ті самі функції, що й зв'язки всередині повідомлення, але на іншому рівні. Вони полегшують перехід від одного сюжету до іншого: *Поки на Заході панує посуха, Схід заливає водою.*

Виділяють два типи поєднувальних конструкцій:

Споріднені. Вони допомагають перейти до спорідненої історії. Два повідомлення про Середній Схід можна об'єднати однією із таких поєднувальних конструкцій:

Ще однією подією на Близькому Сході було....

Близький Схід також став місцем, де...

Жителі Близького Сходу також стали свідками...

Ще одна історія про Близький Схід у цьому випуску...

Також демонстрації відбулися у Лівані...

Більшу частину роботи у споріднених поєднувальних конструкціях виконує одне із трьох слів: *також, більше того, крім того*.

Перехід між сюжетами не слід здійснювати силоміць. Краще взагалі не використовувати поєднань, ніж намагатися штучно пов'язати зовсім не поєднані сюжети.

Перехідні. Такі конструкції попереджають слухачів про те, що тема змінюється. Найчастіше такі переходи оперують географічними поняттями. Ось приклади перехідних поєднань:

Також у новинах...

Далі у випуску...

Ближче додому...

А тепер до новин Європи...

Перехідні поєднання можна зберегти для найбільш різких поворотів випуску – від місцевих новин до міжнародних, наприклад, або ж від убивства до погоди.

Можна також полегшити слухачам перехід від одного сюжету до іншого взагалі без поєднувальних конструкцій. Чимало журналістів для того, щоб зорієнтувати слухачів, намагаються вказати місце події у підводці до сюжету. Ось кілька таких підводок:

У Парижі завершилась конференція «Північ – Півден».

У Нью-Йорку і досі залишається невирішеним питання про...

Географічні назви у цих випадках попереджають слухачів про те, яку частину світу журналіст розглядатиме далі у випуску. Проте фахівці радять не зловживати поєднувальними конструкціями. Кількох поєднань цілком достатньо – середній п'ятихвилинний випуск може використовувати одну чи дві.

Рекомендована література

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. / З. Вайшенберг, за ред. В.Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.

2. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

2. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.

3. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.

4. Радіожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.

5. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат: учеб. пособ. / под ред. Т.В. Васильевой, В.Г. Осинского, Г.Н. Петрова. – СПб., 2002. – Ч. 1. – 190 с.

6. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Зангтя 19-20

СИСТЕМА ЖАНРІВ У РАДІОМОВЛЕННІ. ІНФОРМАЦІЙНІ ЖАНРИ РАДІОЖУРНАЛІСТИКИ

План

1. Характеристика інформаційних жанрів радіожурналістики.
2. Жанрові характеристики радіозамітки.
3. Звукове втілення інформаційного радіоповідомлення.

***Основні терміни і поняття:** інформаційні жанри, замітка, кореспонденція, принцип викладу інформації, повідомлення, лід, корпус новини, синхрон.*

Питання для самоконтролю:

1. Які існують критерії поділу журналістських творів на жанри?
2. У чому полягають особливості жанрів радіожурналістики?
3. Які існують вимоги до написання радіозамітки?
4. Які існують різновиди радіозамітки?

Самостійна робота:

1. Записати на аудіоносій інформаційне радіоповідомлення. Вказати на його жанрові характеристики, встановити різновид, з'ясувати значення звукової інформації (за наявності) в радіоповідомленні.

2. Із анонсів подій Запорізького національного університету обрати подію для висвітлення. Скласти покрокову інструкцію із методики підготовки й написання інформаційного повідомлення про обрану подію.

3. Відвідати подію в Запорізькому національному університеті, зібрати необхідну інформацію і на основі отриманих фактів написати хронікальне, розгорнуте, коментоване радіоповідомлення. Продемонструвати різницю зібраного фактичного матеріалу для написання кожного із різновидів.

Методичні рекомендації

Для підготовки теоретичного матеріалу слід опрацювати розділ «Жанри журналістики» (с. 219–231) та частину розділу «Інформаційні радіожанри» (с. 234–263) підручника Лизанчука В.В. «Основи радіожурналістики».

Для виконання практичних завдань і самостійної роботи слід відновити знання про джерела інформації та особливості роботи з основними джерелами інформації, повторити матеріал про принципи подачі інформації, зокрема принцип «перевернутої піраміди», а також інформацію про різновиди звукової інформації.

Щоб вдало виконати завдання слід пам'ятати про методика підготовки інформаційного повідомлення. Цей процес починається з добору потрібного фактичного матеріалу про обрану подію. Цей процес бажано розпочинати ще до відвідування самої події. На цьому етапі слід з'ясувати дату, місце і час події; довідатись про організаторів заходу; ознайомитись із пресс-релізом (за наявності), дізнатись передісторію події, вивчити додаткові джерела; якщо для журналіста тема є новою; з'ясувати особу, яка може стати експертом і дати необхідні коментарі та роз'яснення. У разі потреби варто підготувати питання, які можна поставити організаторам, учасникам, експертам тощо. Такий підготвчий етап стане у нагоді під час роботи журналіста на місці події, полегшить його орієнтацію у просторі, пришвидшить процес написання матеріалу.

Під час перебування на події перед журналістом стоїть наступне завдання: з величезної кількості фактів треба безпомилково обрати лише ті, що дійсно нові, вагомі, цікаві. Важливо за фактом побачити типове явище, його взаємозв'язки з іншим подіями, явищами.

Підготовка радіоповідомлення включає старанну перевірку фактичного матеріалу. Необхідно точно записувати прізвища, імена, по батькові людей, назви політичних партій, громадських організацій, приладів, матеріалів, цифри, географічні назви тощо; не соромитись перепитати, детально з'ясувати, коли щось не зрозуміло. Уточнюють факт в офіційних органах, у кількох осіб (перехресний метод перевірки фактів).

На етапі збору інформації журналіст має поспілкуватися з учасниками, організаторами події, поставити ті питання, відповіді на які розкриють основний зміст події, дадуть важливі факти, розтлумачать ситуацію. Питань має бути стільки, скільки необхідно для розуміння події журналістом. Під час збору інформації журналіст має попередньо розуміти, які коментарі можна використати у якості синхронів. Це можливо лише тоді, коли записи коментарів є якісними і змістовними.

Варто пам'ятати, що важливою вимогою під час написання повідомлення є відповіді на питання: Що? Хто? Коли? Де? Чому? Як? Щоб переданий по радіо матеріал краще сприймався слухачами, потрібно і саме радіоповідомлення будувати таким способом, який дає можливість легше засвоїти закладену в ньому інформацію. Теорія і практика журналістики виробила низку таких способів, які застосовуються також і на радіо. Найефективнішими способами подачі інформації для радіо вважають принцип «перевернутої піраміди», хронологічний принцип; рідше використовують принцип «прямої піраміди» і принцип «прямокутника». Для усіх способів подачі інформації характерна однакова структура тексту інформаційного радіоповідомлення. Вона складається зі вступу (ліду), головної

частини (корпусу), кінцівки (бекграунду). Зрозуміло, що такі схеми – річ умовна, оскільки мова йде про творчість. Ці схеми – допоміжний засіб у виробленні навичок, формування власного стилю написання текстів.

Щоб оцінити, наскільки вдало підготовлене радіоповідомлення, треба відповісти собі на запитання:

1. Яка головна думка цього радіоповідомлення?
2. Що я повинен сказати радіослухачеві, щоб аргументувати або пояснити свою думку?
3. Чи є в цьому повідомленні зайве, що не стосується головної думки?
4. Чи є логіка у послідовності речень, і чи допомагає така послідовність пояснити або аргументувати основну ідею?

Після того, як змістова підготовка матеріалу закінчена, радіожурналіст опрацьовує його стилістично. Це означає, що для радіоповідомлення треба знайти таку мовну форму, яка відповідає вимогам радіо.

Залежно від характеру новин, значення факту, події, обсягу інформації, способу викладу матеріалу виділяють такі різновиди заміток (інформаційного радіоповідомлення): хронікальне, розгорнуте, коментоване, полемічне.

Хронікальне повідомлення є найкоротшим, воно звучить 10–15 секунд, характеризується лаконізмом, інформаційною насиченістю, оперативністю. Хронікальне повідомлення констатує суспільно значущу подію, відповідає на питання: що?, де?, коли? Це своєрідний лід. У хроніці нема подробиць, подія не деталізується. Приклад хронікального радіоповідомлення: *«Під час розкопок на Криті археологи знайшли скульптури давньогрецьких богів Аполлона і Артеміди»*. Хроніка подається в інформаційних випусках або в добірках на окрему тему.

Розгорнуте радіоповідомлення не тільки інформує про факт, подію, явище, а й розкриває його зміст, суспільно-політичне значення. Зміст розгорнутого інформаційного повідомлення відповідає на традиційні шість питань. Приклад розгорнутого повідомлення: *«У національному парку Тулум у Мексиці введений спеціальний податок на селфі, повідомляє The Daily Mail. Відтепер усі відвідувачі парку будуть платити за кожен гаджет з фотокамерою 2,5 долара. Це стосується планшетів, телефонів, фотоапаратів та камер GoPro. Відомо, що парк Тулум - це залишки міста часів цивілізації майя і вважається одним із найбільш добре збережених міст майя у прибережній зоні. Розташовується він поблизу відомого мексиканського курорту Канкун. Видання зазначає, що Тулум щорічно відвідує близько двох мільйонів туристів. Нові правила вже викликають обурення серед відвідувачів, особливо серед місцевих жителів»*.

Соціально-політичне звучання розгорнутого повідомлення залежить від того, який конкретний факт поставлено на його початок. Це підкреслює його значущість, а також привертає увагу аудиторії, бо перша фраза краще запам'ятовується. Новина набуває більшої переконливості, коли автор знаходить додаткові деталі, які ілюструють основний центральний факт – основу розгорнутого повідомлення. Журналістська практика свідчить, що не існує єдиного рецепту щодо послідовності

відповідей на запитання. Проте досвідчений репортер знає і відчуває, що можна чи треба винести в першу фразу. Залежно від початку повідомлення він подасть відповіді на решту питань.

Розгорнуте інформаційне радіоповідомлення може бути озвучене документальним записом з місця події. Таке повідомлення призначене для інформування про загально значущі факти. Практики радіожурналістики зазначають, що звукова інформація в таких матеріалах не має перевищувати третини хронометражу повідомлення. Приклад озвученого розгорнутого інформаційного повідомлення:

Кор.: 2016 рік, на думку вчених, стане найспекотнішим за всю історію метеорології.

Ці процеси, на думку дослідників, обумовлені Ель-Ніньо - фазою Південної осциляції і рівнем викидів парникових газів. Осциляція – це коливання температури поверхневого шару води в екваторіальній частині Тихого океану.

Докладніше про вимірювання розновів представник метеорологічної служби Великобританії Даг Сміт.

Сміт: Ми не можемо сказати точніше: чому наші прогнози будуються на розрахунках викиду парникових газів. При цьому такий важливий чинник як температура океану, ми можемо передбачити далеко не завжди.

Кор.: Відомо, що зараз дослідники продовжують використовувати систему дрейфуючих буїв-вимірників "Арго". З їхньою допомогою можна визначити температуру води, ступінь її солоності на глибині до двох кілометрів.

У майбутньому планується удосконалення цієї системи, щоб отримувати результати на глибині до п'яти тисяч метрів.

Коментоване радіоповідомлення – це невеликий за обсягом інформаційний матеріал (1–2 хв.), у якому не лише повідомляється факт, що характеризує суть події, але й міститься роз'яснення, тлумачення, елемент оцінки цієї події. Коментоване повідомлення містить у собі два елементи:

1. інформацію про факт;
2. думку про цей факт (автора, коментатора, оглядача, спеціаліста, політичного діяча, експерта тощо). В інформаційному радіомовленні зазвичай тлумачать факти експерти чи фахівці. У коментованому радіоповідомленні документальні факти є основою, опорою матеріалу, а аргументація доповнює її. Але це не фундаментальний аналіз, не глибока оцінка, а роз'яснення, популяризація події.

В. Миронченко називає чотири основних способи коментованої подачі радіоповідомлень:

1. Залучення до тлумачення офіційної та компетентної особи.
2. Короткий огляд передісторії події, історична, біографічна довідка.
3. Уміле узагальнення, за допомогою якого можна одиничне піднести до рівня особливого, типового.
4. Яскраве порівняння.

Приклад коментованого повідомлення: *«Найближчим часом широкомасштабного наступу бойовиків чекати не варто, вважає експерт з безпекових питань, директор Центру близькосхідних досліджень Ігор Семиволос. Так він прокоментував в ефірі Радіо Свобода посилення останнім часом обстрілів з боку проросійських сепаратистів у зоні конфлікту на Донбасі, в тому числі із застосуванням заборонених видів зброї.*

Семиволос: Я не бачу можливостей, принаймні на сьогодні, для того, щоб сепаратисти за допомогою російської армії здійснили широкомасштабну бойову операцію, в якій би поставили під загрозу українські частини і таким чином спробували посилити свої позиції. Справді, бої малої інтенсивності в районі Донецького аеропорту й Горлівки, на Бахмутському напрямі тривають, але цього недостатньо для того, щоб змінити позиції сторін під час переговорів. Тобто тут скоріше мова йде про локальні сутички, однак аж ніяк про серйозні операції, які можуть щось кардинально змінити».

Рекомендована література

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. / З. Вайшенберг, за ред. В.Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.
2. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
2. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.
3. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
4. Радіожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.
5. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат : учеб. пособ. / под ред. Т.В. Васильевой, В.Г. Осинского, Г.Н. Петрова. – СПб., 2002. – Ч. 1. – 190 с.
6. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 21-22

ЖАНРОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ РАДІОРЕПОРТАЖУ

План

1. Радіорепортаж в інформаційному мовленні. Історія виникнення жанру радіорепортаж.
2. Особливості підготовки репортажу.
3. Створення «ефекту присутності» в радіорепортажі. Звукові елементи в жанрі репортаж.

4. Різновиди радіорепортажу. Трансформації жанру.

Основні терміни і поняття: радіорепортаж, репортер, «ефект присутності», авторське «Я», звуковий образ, звукове тло, синхрон, «репортажний метод».

Питання для самоконтролю:

1. У чому полягає відмінність радіорепортажу від аналітичного матеріалу?
2. Які існують етапи підготовки репортажу? Схарактеризуйте їх.
3. Поясніть, на чому базується «ефект присутності» в радіорепортажі?
4. В чому полягає важливість дотримання етичних норм під час підготовки радіорепортажу?
5. Як трансформується сучасний радіорепортаж?

Самостійна робота:

1. Проаналізуйте сучасний радіорепортаж: визначте його різновид; визначте, за допомогою яких засобів досягається «ефект присутності» і створюється динаміка події; визначте різновиди звукової інформації, яку журналіст використовує в матеріалі; оцініть стиль викладу і композицію репортажу.

2. У кількох фразах (2–3) змалюйте портретні характеристики двох людей (очі, особливості погляду, колір і структуру волосся, форму носа, губ і вух, манеру спілкування тощо).

3. На аудіоносії запишіть радіорепортаж (із ефіру будь-якої радіостанції). У цьому матеріалі виділіть ті фрази, що передають:

- малюнок із побаченого;
- почуте;
- те, що пізнається на дотик.

Проаналізуйте, як саме ці елементи інтегровано в радіорепортаж.

4. Відвідайте подію в університеті (презентація, соціальна акція, фестиваль, концерт, спортивні змагання тощо) і на основі події напишіть радіорепортаж. Наявність звукової інформації є обов'язковою.

Методичні рекомендації

Для підготовки теоретичної частини заняття слід опрацювати розділ підручника Лизанчука В.В. «Основи радіожурналістики» (с. 331–360), а також статтю Любченко Ю.В. Звук в інформаційному радіомовленні: когнітивний аспект / Ю.В. Любченко // Наукові записки інституту журналістики. – 2012. – Т. 46. С. 98–101.

Для виконання практичних завдань і самостійної роботи слід пам'ятати про так звані «трендові теми» (за М. Галлером) для репортажу. Йдеться про тенденції, які ще не є достатнім приводом для інформаційних повідомлень і замало вивчені для аналітики. Галлер розглядає трендові теми у двох варіантах: як «другий план»

для оцінки тенденцій» і як «перший план» для її виявлення чи підтвердження. У першому випадку репортаж може представляти нестандартного героя, за вчинками і способом мислення якого можна углядіти нову тенденцію (новий спосіб волонтерства, кардинальна зміна життя тощо). Це не є поширена тенденція, але вона викликає зацікавлення, бо може вплинути на формування способу мислення людей.

У другому випадку автор знаходить і пропонує докази того, що тенденція, про яку багато говорять і знають, таки справді існує (реформування поліції, євроінтеграційні процеси). Трендові теми важливі для аудиторії тим, що показують, чи ситуація покращується, чи погіршується.

Ще один різновид тем, які добре надаються для репортажу – це так звані «вічнозелені» (за Ж-Д. Буше). Це національні та релігійні свята, щорічні благодійні бали та вручення премій, початок навчального року тощо.

Окремим специфічно репортажним типом є портрет або особовий репортаж, де головний герой опису – конкретна людина. Портрет журналіст зазвичай обирає у випадку відомої особи, що має вплив на формування обставин, – державного чи громадського діяча, політика, артиста тощо. Особовий же репортаж змальовує людину не публічну, яка потрапила в поле уваги журналіста внаслідок обставин: ставши свідком чи випадковим учасником подій, що викликали суспільний резонанс.

В новинній радіожурналістиці для репортажу варто обирати події, насичені емоціями (позитивним чи негативними), оскільки саме цей радіожанр здатний відтворити емоційне тло події, змалювати психічний стан учасників і при цьому подати чіткий фактичний матеріал. Тому найзручнішими для радіожурналіста-інформаційника є такі події, як: мітинги, акції протесту, фестивалі, надзвичайні ситуації, природні катаклізми, презентації, концерти тощо.

Для виконання практичних завдань і самостійної роботи скористайтесь порадами з написання радіорепортажів.

Поради для написання репортажу (В. Павлів)

I. Підготовчий період

1. Вибір теми. Тема має цікавити самого журналіста. Але слід переконатися, що ця тема є відомою для аудиторії настільки, щоб розкрити один з її аспектів. Звісно, не варто забувати про актуальність теми в цей момент часу.

2. Вибір героїв. Найцікавішим в журналістському матеріалі є люди. Їх не повинно бути багато. Варто обирати унікальних людей.

3. Вибір послідовності оповіді. Хронологія подій і послідовність оповіді в репортажі йдуть зазвичай у парі. Хронологічний (чи обернено-хронологічний) виклад допомагає структурувати розповідь, допомагає аудиторії не втратити розуміння розвитку подій та їх логіки.

II. Період збору матеріалу

1. Описи. Місця і героїв треба зобразити так, щоб слухач відчув місце події, уявив персонажів репортажу. Тому треба звертати увагу і використовувати в

матеріалі ті елементи побаченого й почутого, які дозволяють при описі досягнути наочності.

2. Органи чуття. Кожну подію, ситуацію, людину потрібно «просканувати» п'ятьма органами чуттів: зором, слухом, дотиком, смаком і нюхом. Очевидно, що незавжди вдається відчути подію всіма органами, але пам'ятати про це варто.

3. Деталь. Деталь будує репортаж. Вона підтверджує присутність репортера на події. Деталі краще запам'ятовуються, порівняно з розлогими описами. Деталь може змінити настрій, посіяти недовіру чи викликати симпатію.

4. Час оповіді, час події. Час оповіді треба чітко відділяти від часу події. Оповідь – завжди в теперішньому часі. Час події (якщо це не прямий ефір) завжди є минулим. Важливо, щоб відстань між часом оповіді і часом події не видавалась аж надто великою.

III. Період написання тексту

1. Динаміка. Динаміка досягається лаконізмом і чіткістю формулювань, розстановкою подій, змінами ситуації і активністю персонажів, чергуванням описів і спостережень, коротких і довгих речень, використанням виражальних засобів радіожурналістики.

2. Мова. Мова репортажу – це і спосіб оповіді, і мовні засоби. Мова повинна бути водночас і простою, і природною. Не варто боятись епітетів, але слід уникати словесних нагромоджень. Також неможна використовувати мовні кліше.

3. Емоційне насичення. Емоції в репортажі – це не емоції репортера, а передані ним емоції персонажів. Герої і події мають бути описані так, щоб викликати емоції у слухачів.

4. Пряма мова. Треба уникати великих фрагментів діалогів чи монологів героїв репортажу. В радіожурналістиці їх варто подавати як звукову інформацію, в якій містяться фрази, формулювання яких є принципово важливе, а також унікальні чи специфічні висловлювання. Крім того, звукова інформація може передавати емоції героїв. Такі синхрони в науковій літературі ще називають «живими голосами». Вони зазвичай являють собою окремі репліки, вигуки, окремі слова, що передають ставлення персонажа до події, відтворюють його емоційний стан.

IV. Період підготовки до ефіру

1. Від першої особи. Репортер має уникати власної присутності в розповіді доти, доки вона не є там принципово важливою. Журналіст має бути посередником між цікавими людьми і подіями, аудиторією та ЗМІ, а не головним персонажем оповіді. При цьому в прямому репортажі дозволяється використання особових займенників: Я, МИ.

2. Прямий ефір. Прямий ефір передбачає відмінну підготовку тексту до виголошення біля мікрофону. Якщо репортаж ведеться з місця події, то журналіст має відтворити чітку структуру матеріалу, а саме: мати сценарій репортажу, лід, прописану послідовність фактів, фінальну частину, мати вже підготовлену звукову інформацію (на диктофоні) чи знаходитися поруч із людиною, яка в прямому ефірі

даватиме коментар. При цьому не варто забувати про звукову картину події, при зміні якої журналіст має прокоментувати природу звуків.

Між теоретичними знаннями про правила написання репортажу і їх практичним втіленням є певна різниця. Написання репортажу не завжди можна точно вкласти у правила. Однак правила безумовно потрібні для аналізу репортажу, для виявлення авторського стилю чи застосування нових прийомів і засобів.

Сьогодні існує низка тенденцій, що демонструють трансформаційні процеси в жанрології в цілому. Репортаж – саме той, жанр, що зазнає найбільших змін. Вони полягають у використанні репортажного методу. Фактично можна говорити про застосування в повідомленнях певних жанрових ознак репортажу. Сьогодні інформаційні жанри можуть мати публіцистичні ознаки, бо включають складові аналізу; репортажі доповнюються елементами звіту, кореспонденції чи інтерв'ю. Крім того, вчені і практики говорять про те, що потреби слухачів у класичному репортажі вже не існує. Коли аудиторія слухає великий, записаний, добре зроблений репортаж з безліччю голосів, шумів, сценок, матеріал втрачає темп. У цей час щось відбувається з тими людьми в тому місці. У журналіста немає часу для такого репортажу. Така думка має право на існування, але тоді репортери відмовляються від можливостей радіо, від звукової картинки, а разом з тим від ефекту присутності. Альтернативою можуть стати невеликі за обсягом сюжети без численних доповідачів і з обмеженим використанням музики та шумів. Але не варто забувати про звукову природу радіо й відмовляється від «живого», а отже, емоційного, оперативного репортажу. Особливо це актуально для музично-інформаційних радіостанцій, де переважають музичні композиції та спілкування в прямому ефірі.

Рекомендована література

1. Ермилов А. О живом звуке и репортаже на радио / А. Ермилов // Ключи к эфиру : в 2 кн. / под ред. Г. Шевелева. – М. : Аспект Пресс, 2007. – Кн. вторая: Основы мастерства: Опыт, практические советы. – 270 с. – (Серия «Мастер-класс радиостанции «Маяк»).
2. Лизанчук В.В. Основы радиожурналистики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
3. Любченко Ю.В. Звук в інформаційному радіомовленні: когнітивний аспект / Ю.В. Любченко // Наукові записки інституту журналістики. – 2012. – Т. 46. С. 98–101.
4. Миронченко В. Основы радиомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
5. Новиков К. Радиореporter и радиорепортаж в XXI веке / К. Новиков. – М. : ВК, 2006. – 88 с.

6. Павлів В. Репортаж: між фактами та емоціями : практичний посібник для журналістів / В. Павлів. – Львів : Вид-во Українського католицького університету, 2015. – 120 с.

7. Радиожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.

8. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 23-24

ЖАНРОУТВРЮЮЧІ ЕЛЕМЕНТИ РАДІОЗВІТУ

План

1. Жанрові характеристики радіозвіту.
2. Види радіозвіту. Особливості використання звукової інформації у звіті.
3. Синкретичність радіожанру.

Основні терміни і поняття: *радіозвіт, хронологія, звуковий образ, звукове тло, синхрон, документалізм, стиль мовлення.*

Питання для самоконтролю:

1. Які події характерні для написання радіозвіту?
2. Які існують етапи підготовки радіозвіту? Схарактеризуйте їх.
3. Які факти добирає журналіст для написання радіозвіту?
4. Які вимоги висуваються до синхронів, що використовуються в радіозвіті?

Самостійна робота:

1. Перегляньте запис засідання Верховної Ради України (<http://www.rada.gov.ua>), оберіть тему майбутнього матеріалу (процес прийняття конкретного закону, слухання у ВР, обговорення поправок тощо) і перекажіть побачине. При підготовці переказу звертайте увагу на фактичний матеріал, перебіг дискусії, учасників дискусії, логіку викладу.

2. Перегляньте засідання Верховної Ради України (<http://www.rada.gov.ua>) або засідання Кабінету Міністрів України (<http://www.kmu.gov.ua>), оберіть тему для ймовірного матеріалу та доберіть коментарі учасників засідання, що могли би бути використані в радіозвіті. Для демонстрації виконаного завдання надати аудіозаписи цих коментарів. Звернути увагу на зміст коментарів, що мають логічно вписатись у радіозвіт на одну тему.

3. Перечитайте запропонований у методичних рекомендаціях текст розширеного радіозвіту і запропонуйте свій варіант матеріалу. При цьому вкажіть, як можна скоротити текст, адаптувати його до сучасних вимог комерційної радіосатнції.

4. Відвідайте подію в університеті (круглий стіл, наукову конференцію, вибори студентських лідерів, засідання студентської ради тощо) і на основі події напишіть радіозвіт. Наявність звукової інформації є обов'язковою.

Методичні рекомендації

Для підготовки теоретичної частини заняття слід опрацювати розділ підручника Лизанчука В.В. «Основи радіожурналістики» (с. 264–277) та розділ «Радиоотчет» посібника Смирнова В.В. «Жанры радиожурналистики» (http://evartist.narod.ru/text9/44.htm#з_06).

При виконанні практичних завдань та самостійної роботи слід чітко усвідомлювати специфіку жанру звіт, що являє собою інформаційний жанр, який покликаний документально і реферативно у чіткій хронологічній послідовності висвітлити подію. Зазвичай це засідання, круглі столи, конференції, наради, прес-конференції, тобто події, для яких притаманні обмін думками, дискусії, обговорення тощо. У звіті журналіст дає відповіді на запитання: хто? (що?), що зробив?, де?, коли?, яким чином? (у який спосіб?), чому?, як?, хто? (що?) з цього приводу бачив?, чув?, вважає?, у якій послідовності?

Звіт як жанр характеризується наявністю таких умов:

1. Журналіст сам побував на місці події і переповів її для аудиторії.
2. Журналіст сам не був на місці події, але використав для розповіді про неї наявні матеріали (пост-релізи, аудіозаписи, відеоматеріали, інформацію від прес-служб тощо).
3. Звіт містить елементи персоніфікації, коментарі та оцінки лише тоді, коли це звучить у виступах людей чи наводиться у їхніх свідченнях.
4. У звіті авторське «Я», власні оцінки чи коментарі відсутні.
5. Тональність звіту принципово нейтральна, або така, якою вона є у свідченнях очевидця.

Таким чином, звіт ніби перебуває на стику інформаційних та аналітичних жанрів – він не дає авторського аналізу й коментарів події, але детально і хронологічно передає суть події або свідчення про неї очевидця, тим самим даючи змогу аудиторії зробити самостійні висновки.

Радіозвіт належить до найбільш розповсюджених інформаційних жанрів. Це слово похідне від «звітувати», тобто розповідати про побачене, почуте. Треба розрізняти, наприклад, звіт науковий, фінансовий, господарський від журналістського радіозвіту. В основі ділового звіту – опис підсумків певної роботи, показ шляхів досягнення її результатів. Об'єктом зображення у радіозвітах різного роду засідання – наради, конференції, з'їзди, сесії, зустрічі, симпозіуми, дипломатичні прийоми тощо, під час яких обговорюються актуальні питання економічного, соціального, наукового, освітнього, культурного, політичного розвитку. Радіозвіт – це не протокол, не звичайне переповідання виступів, а вдумливий журналістський виклад обміну думок з метою найповнішого відображення суспільно значущої події, яка виражена словом. Отже, автор

радіозвіту не тільки інформує про що важливе говорили, наприклад, на з'їзді партії, а й має можливість проаналізувати, узагальнити висловлені думки, пропозиції, критичні зауваження, передати атмосферу події, схарактеризувати поведінку її учасників. У радіозвіті зазвичай подають «спресоване», найголовніше, про що говорилося на засіданні, радіослухачі довідуються про квінтесенцію події. Ця жанрова особливість радіозвіту все яскравіше виявляється в сучасних умовах дефіциту часу.

Межі між жанрами рухливі. Але основні особливості кожного жанру треба знати, щоб орієнтуватися у тому, що відбувається у цих межах і в їхніх примежових зонах. Добре знаючи межі, ми зможемо спостерігати й аналізувати процеси дифузії радіожанрів, які мають серйозний вплив на їхній зміст і форму. У процесах дифузії радіожанрів бачимо як позитивні, так і негативні тенденції. Прикладом може бути радіозвіт. Якщо радіозвіт абсорбує публіцистичні елементи (публіцистичні відступи радіожурналіста під час розповіді про конференцію), то за таких умов радіозвіт може виходити за межі інформаційного жанру. Друга ситуація: постійно прагнучи до короткості викладу, радіозвіт нерідко наближається до радіоповідомлення за формою і методикою відтворення фактів. Унаслідок цього переважає одноманітність і монотонність, що ускладнює сприймання слухачами радіоматеріалу. Радіослухач очікує від радіозвіту об'єктивної, «живої», або «активної» інформації про сутність того, що відбулося. Тому, обираючи подію для радіозвіту, радіожурналіст оцінює її, виявляє ставлення до неї, виконує важливу регулятивну функцію. При цьому дотримується вимоги – оперативно, правдиво, точно відтворювати подію, не допускати навіть найменших помилок. З особливою достовірністю ставиться до викладу виступів промовців, в жодному разі не має права вдаватися до вимислу чи домислу. Не менш шкідливим у радіозвітах є згладжування гострих кутів, замовчування критики, яка звучала на конференції, зборах тощо.

Безперечно, важко підготувати радіозвіт про подію, яка триває не одну годину, а час в ефірі обмежений. Про все, що говорилося на нараді чи міському віче, не розповісти. Вимогливий радіожурналіст уважно, продумано відокремлює головне, щоб не загубитися у другорядних деталях, загальних фразах, які мало про що говорять.

Для передачі розвитку події журналіст зазвичай записує весь перебіг засідання на плівку, іноді – вибірково. Це залежить від ступеню важливості події та актуальності обговорюваної теми. Але традиційно час перебігу події не співпадає із часом звучання в ефірі. Тому журналіст переказує частину інформації своїми словами, згадуючи найбільш важливі факти, цікаві коментарі та думки учасників події.

Із відібраних записів перевага віддається найважливішим та найяскравішим. Враховується також якість запису. Потім журналіст самотійно або зі звукорежиссером монтує, збирає весь матеріал у студії, записує частини свого тексту, чергує їх в хронологічному порядку з фразгментами документальної

плівки. Біда такого монтажу – звукова невідповідність тла запису у залі з записом у студії. Іноді журналісти, щоб уникнути такої різниці, записують окремо шум у залі, а потім цей запис використовують як тло для свого виступу в студії. У такий спосіб створюється ілюзія прямої трансляції. Але при цьому треба враховувати особливості здійснення запису при великому скупченні людей, вибору місця для встановлення мікрофону тощо.

Функціональні зміни жанру вплинули на модифікації його змісту й структури. Тепер журналісти намагаються не тільки переказати подію, а продемонструвати її атмосферу, розмаїття поведінки людини. Радіозвіт ще більше наблизився до радіорепортажу і навіть – до коментаря. Живий опис місця презентації, його учасників, «картинки» цієї події – репортажні за своїм характером. Тому радіозвіт стає більш живим, рухливим, яскравим, наскільки це дозволяє сама подія.

Різновиди звіту також залежать від розмаїття його функціональної спрямованості. В інформаційному звіті переважає інформація, але трапляються елементи оцінки. Таким чином, жанр може переходити в іншу групу – аналітичну, тоді звіт тяжіє до огляду.

В. Лизанчук наводить приклад інформаційного розгорнутого радіозвіту Дмитра Коновалова:

Кор.: У столичному Національному драматичному театрі імені Івана Франка відбувся літературно-мистецький вечір “Життя духовного основа” з нагоди відзначення 70-річчя Національної спілки письменників України. Народна артистка України Лариса Кадирова, щиро привітавши присутніх, запросила на першу сцену країни голову Національної спілки письменників України Володимира Яворівського, заступника державного секретаря України Маркіяна Лубківського, народного депутата України Миколу Жулинського, Київського міського голову Олександра Омельченка та заступника міністра культури і туризму Олену Венч. Відкриваючи вечір, Володимир Яворівський підкреслив.

Яворівський: Доля літератури нічим не відрізняється від долі нації. Коли селян за розпорядженням Сталіна заганяли у колгоспи, то щось подібне було і з нашою творчою Спілкою. І нині багато хто замислюється: а для чого вона, навіщо відзначати ювілей того, що відшуміло і до чого ми вже ніколи не повернемося. Проте згадаймо, чи був хоч один літератор поза її межами? Виключали зі Спілки? Так, було в її історії усяке. Проте були й такі велети, як М. Рильський, В. Сосюра, керували Спілкою такі особистості, як О. Гончар, П. Загребельний, Ю. Мушкетик. І яка нація не пишалася б такими іменами, як Ліна Костенко, Д. Павличко, М. Ткач? Ще від Шевченка так склалося, що письменник – це більше, аніж письменник, він має обстоювати і мову, й інтереси нації. Ми вистояли у період кучмізму, захистили власну честь і гідність, коли у серпні минулого року Будинок літераторів перебував під колосальним пресом: телефони вимкнули, рахунки закрили, і щодня можна було очікувати, що приміщення захоплять під офіс Кучми. Не можна не згадати й унікальний наш з'їзд, з якого почалася Помаранчева

революція, бо саме письменники першими вийшли на вулиці. Варто згадати, що й серед депутатів Верховної Ради різних скликань є чимало письменників.

Кор.: Спогади із проекцією на майбутнє, і на цьому варто особливо наголосити, панували того вечора у театрі. Спогади були різними. Від ледь не легендарного, пов'язаного з красенем-півнем, за якого у помаранчеві дні голова Національної спілки письменників України правив у міського голови дві квартири для письменників, до сумних, часом трагічних, подеколи гідних пригодницького жанру. Зачитавши привітання митцям від Президента України Віктора Ющенка, Маркіян Лубківський, згадуючи про те, чого коштувала його батькові, поетові, робота у Спілці, висловив переконання, що вона не має права вмерти, вона житиме не одне десятиріччя, можливо, на нових засадах, але виконуватиме ту саму функцію: гуртувати, об'єднувати, підтримувати людей. М. Жулинський, виголошуючи привітання від Комітету з питань культури і духовності Верховної Ради, окремо зупинився на складнощах проведення через ВР закону про українську мову як державну. Як директор Інституту літератури імені Т. Шевченка Національної академії наук України, промовець зазначив, що свого часу влада поклала на цей заклад обов'язки цензора, але в його стінах працювали такі видатні особистості, як В. Стус, І. Світличний, Ю. Бадзьо, Л. Коваленко, Михайлина Коцюбинська, Л. Крекотень та багато інших творців української незалежної думки. Юрій Мушкетик у своєму виступі навів цікаві факти, пов'язані, зокрема, з проведенням Пленуму 1987-го, коли вперше пролунали звинувачення на адресу влади у придушенні розвитку української мови. Йшлося також про роль Спілки у створенні "Руху", Товариства української мови, нині відомого як "Просвіта". Своє бачення новітньої історії Національної спілки письменників України емоційно виклав лауреат Національної премії України імені Тараса Шевченка, Герой України Дмитро Павличко.

Павличко: Це ми з Драчем пішли до Кравчука і сказали: або ми друкуємо програму "Руху", або ми виходимо з партії. І Кравчук злякався. Ми пішли колективно, бо це не міг зробити ніхто один.

Кор.: Згадав Дмитро Васильович, як 1959 року на з'їзді письменників його критикував сам П. Тичина за книжку "Правда кличе", яка була заборонена і порізана на січкарні. Саме підтримка М. Рильським, А. Малишком давали молодому поетові силу.

Павличко: Спілка письменників потрібна не для того, щоб письменники писали. Вона існує для того, щоб створювати між митцями атмосферу солідарності, середовище, яке ушляхетнює талант. Ми створили таку атмосферу, за якої була проголошена Українська самостійна держава. І така Спілка потрібна буде завжди. Вона існує, щоб створювати дух нації, показувати владі на недоліки, хоч би яка вона була, але є люди, які стоять вище за неї, яких ніщо не може знищити – навіть смерть, бо вони пишуть книжки, а отже – вічні.

Кор.: Лауреат Національної премії України імені Т. Шевченка 2005 року, виконавчий директор Ліги українських меценатів Микола Слабошпицький осмислив шлях Спілки письменників і тих, хто не вцілів на косовицях смерті.

Слабошпицький: До скронь класиків були приставлені пістолети, і влада диктувала їм, немов за Державіним: співай, пташко, співай. За це й навішувала ордени. Саме тоді письменники мусили ставити свічку й Богові, й чортові. Варто лише згадати долі М. Бажана і П. Тичини, М. Рильського і М. Стельмаха. У ті часи Спілка була тим, чим було суспільство, й іншою бути не могла. П. Загребельний казав, що письменник, як і політичний діяч, повинен мати можливість виговоритися. Отож, варто побажати присутнім говорити про те, що хоче чути, знати Україна й не цуратися того, що робить наша влада для України.

Кор.: Гість з Австралії Михайло Гоян, який за власні кошти поповнює бібліотеки України, подякував письменникам за все, що було зроблено впродовж останнього часу, побажав видавати більше книжок, аби митці бачили, що їхня праця не даремна. Любов Голота, головний редактор “Слова Просвіти”, згадуючи часи свого прийняття до Спілки, у зворушливій формі запропонувала висловити подяку всім письменницьким дружинам і дітям, чия повсякденна увага й розуміння своїх чоловіків, батьків прислужилися до видання літературних спогадів, збережених рукописів. “Ду- маю, – сказала вона, – що це і їхнє свято”. Наприкінці святкового вечора лауреат Національної премії України імені Т. Шевченка В’ячеслав Медвідь запропонував привітати письменників, які проживають в обласних центрах, районах і селах, і на яких лежить найбільший тягар творчої, громадської й культурної роботи. Промовець наголосив, що велику увагу Спілка приділяє й роботі з молоддю. Свідчення цього – конкурс “Гранослов”, україно-німецька премія імені О. Гончара. Не обійшлося у виступах без нарікань на адресу сучасної влади. Втім, неодноразово лунало зі сцени, що справжні майстри красного слова завжди були до неї в опозиції. Хоч і те правда, що в цьогорічному бюджеті подвоєно кошти для НСПУ, для підтримки спілчанських друкованих органів, книговидавництва. 14 В. Лизанчук, М. Лубкович Перед письменниками виступили лауреати Національної премії України імені Т. Шевченка, народні артисти Неоніла Крюкова, Анатолій Паламаренко, заслужений артист України Іван Красовський, а також квартет “Явір”. Хвилиною мовчання вшанували присутні пам’ять колишнього політв’язня, воїна УПА, лауреата Національної премії України імені Т. Шевченка Івана Гнатюка, чиє серце перестало битися саме в ці дні. Присутніх у залі також привітали Київський міський голова О. Омельченко, заступник міністра культури і туризму О. Бенч, голова Національної спілки журналістів України І. Лубченко, відповідальний секретар, заступник голови Всеукраїнського товариства “Просвіта” імені Т. Г. Шевченка М. Нестерчук, народний художник України В. Перевальський та відповідальний секретар Національної спілки художників України І. Мельничук. За активну громадську й культурну діяльність з нагоди 70-річчя Національну спілку

письменників України нагороджено Почесною грамотою Київського міського голови О. Омельченка. Виступаючи, Олександр Омельченко зазначив таке.

Омельченко: *А от історія з півнем, – то щира правда. І якщо пообіцяв за нього Володимирові Яворівському дві квартири, то їх одержали А. Крим та Н. Гнатюк.*

Кор.: *Нагородами Київського міського голови відзначено групу відомих українських письменників, ветеранів Другої світової війни, учасників бойових дій.*

Рекомендована література

1. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
2. Любченко Ю.В. Звук в інформаційному радіомовленні: когнітивний аспект / Ю.В. Любченко // Наукові записки інституту журналістики. – 2012. – Т. 46. С. 98–101.
3. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
4. Радіожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.
5. Смирнов В.В. Радіожурналістика в современном эфире / В.В. Смирнов. – Таганрог : изд-во «Центр развития личности», 2007. – 166 с.
6. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики : учебн. пособие / В.В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 288 с.
7. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 25-26

ІНТЕРВ'Ю НА РАДІО: ПІДГОТОВКА ТА ПРОВЕДЕННЯ

План

1. Інтерв'ю в системі інформаційних жанрів радіожурналістики.
2. Різновиди жанру, його структура.
3. Етапи підготовки радіоінтерв'ю. Види питань.
4. Інтерв'ю у запису і в прямому ефірі. Постаті інтерв'юера й інтерв'юйованого: особливості взаємодії.

Основні терміни і поняття: *інтерв'ю, діалог, питання, комунікативна стратегія, інтерв'юер, інтерв'юйований, прямий ефір.*

Питання для самоконтролю:

1. У чому полягає відмінність бесіди від інтерв'ю?
2. Яка мета портретного інтерв'ю?
3. Яке призначення ліду інтерв'ю?
4. Як в інтерв'ю реалізується заключна частина тексту?

5. Якими вміннями й навичками має володіти інтерв'юєр?
6. Які питання не варто ставити інтерв'ююваним?

Самостійна робота:

1. Прослухайте інтерв'ю на одній із радіостанцій України, запишіть його. Проаналізуйте текст інтерв'ю з метою з'ясувати його жанрові ознаки. Для цього треба відповісти на такі питання:

1. Які комунікативні наміри інтерв'юєра?
2. Як виявляє себе автор в інтерв'ю?
3. Чи враховує автор фактор адресата?
4. Що є подієвою основою інтерв'ю?
5. Чи вплинули попередні події на перебіг інтерв'ю?
6. У чому виявляється фактор майбутнього в інтерв'ю?

2. В обраному інтерв'ю знайдіть закриті, уточнюючі, гіпотетичні питання.
3. Письмово протягом 2-3 хвилин опишіть настрій будь-кого із групи. Опис зачитується вголос, а той, чий настрій описувався, має співвіднести його зі своїм справжнім станом, підтвердити чи заперечити його.

4. Визначте тему свого інтерв'ю, домовтеся з людиною, в якій будете його брати, підготуйте основні питання, запишіть інтерв'ю на аудіоносій, продемонструйте готове інтерв'ю в аудиторії.

Методичні рекомендації

Для підготовки відповідей на теоретичні питання варто опрацювати розділ «Радіоінтерв'ю» у підручнику Лизанчука В. «Основи радіожурналістики» (с. 277–331), підрозділ 14.3. Інтерв'ю у підручнику Миронченка В. «Основи інформаційного радіомовлення» (с. 269–275), а також посібник Лукіної М. «Технологія інтерв'ю».

Інтерв'ю в перекладі з англійської (interview) означає «зустріч», «бесіда». Треба розрізняти інтерв'ю як метод одержання різноманітної інформації для написання журналістських творів та інтерв'ю як жанр. Специфіка інтерв'ю як жанру полягає в тому, що факт, подія, явище, їх суспільно-політичне значення розкривається через повідомлення, оцінку компетентного співбесідника, який володіє важливою, цікавою інформацією. Надання її «з перших рук», через пряму мову створює відчуття більшої достовірності. Специфіка радіоінтерв'ю полягає в тому, що журналіст записує матеріал на звуконосій або передає його одразу в ефір. Це – жива розмова, живий діалог. Якщо для газети журналіст заздалегідь пише текст, літературно опрацьовує матеріал, може стискати фрази співбесідника, виражати його думки чіткіше, може переписати, змінити форму своїх запитань, то радіоінтерв'ю народжується під час розмови. Технічний запис у такому випадку перетворюється у творчий процес з кінцевим результатом. Якщо радіоінтерв'ю йде в ефір не відразу, то журналіст зможе його змонтувати: дещо скоротити довгі шматки, видалити другорядне, зробити динамічним, але змінити сам процес

розмови, її характер він не може. Радіоінтерв'ю, що передає живі голоси учасників розмови, на відміну від газетного інтерв'ю, документальніше та емоційніше. Радіожурналіст у ньому – посередник між носієм інформації та аудиторією, при цьому посередник – активний, творчий. Саме радіоінтерв'ю, в якому важлива і корисна для слухачів інформація викладається у формі запитань і відповідей, створює ефект співучасті. У цьому якраз особлива принада радіоінтерв'ю, оскільки воно сприймається на слух легше, з більшим інтересом, ніж суцільний текст. Отже, характерною жанровою ознакою радіоінтерв'ю є його діалогічність. Радіожурналіст в інтерв'ю виступає у кількох ролях: він автор запитань, виконавець, організатор і значною мірою режисер передачі.

На думку М. Мінкова, радіоінтерв'юєр повинен відповідати таким вимогам:

- а) бути гідним, рівним партнером у розмові;
- б) добре знати інтерв'ююваного. Чим більше журналіст знає про свого співрозмовника, тим точнішими, змістовнішими будуть задані йому питання;
- в) не забувати про мету інтерв'ю і про завдання редакції (інтерв'ю не тільки задовольняє допитливість, а й виконує роботу пропагандиста);
- г) мати добре поставлений голос.

Тривалість радіоінтерв'ю залежить від багатьох обставин, але переважно воно триває від 2 до 10 хв. Радіоінтерв'ю може бути самостійною передачею, складовою частиною радіогазети, радіожурналу, інформаційного випуску, елементом інших жанрів (радіорепортажу, радіонарису, радіокомпозиції, радіофільму).

Об'єктивною передумовою виникнення радіоінтерв'ю є громадський інтерес до подій чи проблем, що в цей момент цікавлять аудиторію. Головне призначення інтерв'ю – задовольнити цей інтерес: виявити авторитетну думку про цю подію чи проблему, отримати інформацію, яка буде важливою і корисною для слухачів.

Оскільки діалог перед мікрофоном призначається для передачі по радіо, він помітно відрізняється від тих діалогів, які щоденно ведемо у побуті. У житті, як відомо, ми часто користуємося різними скороченнями, жаргонізмами, жестами, зрозумілими тільки для співрозмовників. Інтерв'ю ж для радіо вимагає граничної чіткості та зрозумілості у постановці запитань та викладі відповідей. Адже слухачі не мають змоги ставити запитання-уточнення. Ця обставина змушує репортера бути дуже уважним під час інтерв'ю, пильно стежити за тим, щоб зміст його постійно залишався зрозумілим для слухачів. Підкреслюємо, що мета бесіди радіожурналіста з людиною, яка володіє необхідною суспільно значущою інформацією, – отримати і повідомити радіослухачеві: а) нові, невідомі раніше факти про важливу, цікаву для багатьох подію; б) проаналізувати, прокоментувати факти, події, явища, які викликали інтерес громадськості; в) ознайомити населення з думкою офіційних осіб про ті чи інші суспільно вагомні питання, проблеми, роз'яснити їх суть, порадити, як подолати труднощі, досягти поставлених цілей.

У будові радіоінтерв'ю чітко простежуються три структурні частини: введення (підводка, лід), діалогічна частина і кінцівка. Введення – це органічна

складова частина радіоінтерв'ю, що знайомить слухачів із суттю проблеми, допомагає їм зорієнтуватися у ситуації, довідатися про інтерв'ююваного. У ньому коротко повідомляється причина, що спонукала репортера звернутися до цієї особи із запитаннями, а також, наводиться певна кількість даних про інтерв'ююваного (посада, науковий ступінь, наукове звання, місце праці, прізвище, ім'я, по батькові тощо). Після введення (ознайомлення) йде бесіда репортера з інтерв'ююваним (діалогічна частина радіоінтерв'ю). Кінцівка містить логічно-інтонаційну крапку радіоінтерв'ю.

М. Лукіна виділяє три основні етапи роботи над інтерв'ю: підготовка, проведення, завершення. Під час підготовчого етапу визначається мета інтерв'ю, від чіткості якої залежить успіх наступних етапів. Мета інтерв'ю визначається низкою факторів: особливостями характеру співрозмовника, його роллю в певній ситуації, масштабом проблеми. Наприклад, із начальником обласного управління Державної служби України з надзвичайних ситуацій можна зробити кілька інтерв'ю: з'ясувати обставини конкретної рятувальної операції; познайомити аудиторію із загальною ситуацією в цій службі; розповісти про цікаву особистість начальника підрозділу, його долю; розвіяти чутки, які з'явилися у суспільстві тощо.

Підготовчий етап включає попереднє дослідження, що передбачає роботу з різними джерелами інформації. Такими ресурсами можуть біти як документальні (документи, досє, бази даних, література, архіви), так і усні джерела (свідчення експертів, очевидців, колег і друзів). На цьому етапі також призначають зустріч з інтерв'ююваним, з'ясовують час, визначають місце проведення бесіди, готують питання.

Готуючи запитання для інтерв'ю, радіожурналіст повинен вирішити для себе, яке інтерв'ю він збирається зробити, про що і з якою метою, а також скільки ставитиме питань загального плану і скільки конкретних. Досвідчені журналісти ставлять загальні запитання, щоб отримати об'ємну картину. Але цим не треба зловживати: конкретні запитання дають конкретний матеріал. Д. Бреді у своїй книзі «Майстерність інтерв'ювання» радить починати інтерв'ю із загальних питань у тих випадках, коли співбесідник відчуває себе комфортно у присутності журналіста, і якщо він не позбавлений ораторської жилки. Загальне запитання дає йому можливість виговоритися. Коли співбесідник скутий, ліпше йому ставити конкретне запитання, на яке йому легко буде відповісти. Правильними вважаються короткі, точні та прості запитання. Кожне запитання повинне розглядати лише один аспект події, проблеми, явища. Формулюючи два запитання в одному, журналіст дозволяє інтерв'ююваному ухилитися від відповіді на незручне, надаючи йому можливість відповісти лише на одне з двох питань. Запитання варто ставити у питальній, а не стверджуючій формі. Його формулювання має надати інтерв'ююваному можливість сказати те, що він думає, відчуває або пережив, що він знає. Тому потрібно уникати питань, на які можливі однозначні відповіді «так» або «ні».

Готувати запитання треба старанно, але це не означає, що під час інтерв'ю треба сліпо і беззаперечно іти за підготовленими записами. Найліпше добре імпровізувати на основі підготовленого. Канадський репортер, письменник і викладач журналістики Д. Савотські вважає, що основоположними принципами методу підготовки питань є такі: запитання повинні бути відкритими, нейтральними і простими.

Д. Савотські склав список питань, яких треба уникати журналістам під час бесіди з інтерв'ююваним. Варто заборонити, на його думку, такі запитання:

1. Запитання, що допускають односкладові відповіді «так» чи «ні».
2. Стверджувальне речення замість запитального.
3. Два запитання в одному.
4. Перевантажені запитання.
5. Натякаючі запитання.
6. Коментарі та власні оцінки в запитанні.
7. Припущення і домисли у запитанні.
8. Навіщування ярликів у запитанні.
9. Перебільшування у запитанні.
10. Надто складні для розуміння запитання.

Готуючись до інтерв'ю, журналіст повинен не тільки сформулювати і поставити запитання, але й продумати їх хронологію, опрацювати структуру бесіди: її зав'язку, розвиток, закінчення за законами драматургії. Це особливо важливо для радіо, по якому чути питання і відповіді. М. Лукіна виділяє три стратегічних принципи послідовності питань в інтерв'ю:

1. хронологічний – характерний для інтерв'ю, в основу якого покладено подію.
2. логічний – в центрі уваги журналіста – предмет суспільного обговорення;
3. імпровізаційний – в основі такого інтерв'ю покладено особистість співрозмовника, людський характер, доля.

Більшість журналістів дотримується кількох правил планування питань в інтерв'ю: після преамбули ставлять нескладні питання, потім – основні, які мають зацікавити як аудиторію, так і співрозмовника. Найголовніші питання, заради якого планувалось інтерв'ю, варто залишити наостанок. Жорсткі і неприємні для інтерв'ююваного питання не радять ставити на початку бесіди. Завершити інтерв'ю радять на позитивній ноті.

Інтерв'юєр повинен бути готовим ставити непередбачувані запитання, які впливають із бесіди. Це, можливо, найскладніший момент у радіоінтерв'ю. Може скластися ситуація, що на сформульоване заздалегідь запитання журналіст отримує несподівану відповідь, яка вимагає раптової і спонтанної реакції. Тому до непередбачуваного в інтерв'ю треба бути завжди готовим.

Як самостійна передача інтерв'ю володіє композиційною і сюжетною завершеністю. Воно містить у собі групу взаємопов'язаних і взаємообумовлених питань у межах певної теми і відповідно групу відповідей, які висвітлюють тему

з більшою або меншою повнотою. Інтерв'ю як складова частина складної передачі або як елемент іншого жанру не претендує на композиційну або сюжетну завершеність.

Рекомендована література

1. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
2. Лукина М. Технология інтерв'ю: учебн. пособие / М. Лукина. – 2-е узд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 192 с.
3. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
4. Радіожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.
5. Смирнов В.В. Радіожурналістика в современном эфире / В.В. Смирнов. – Таганрог : изд-во «Центр развития личности», 2007. – 166 с.
6. Смирнов В.В. Жанры радіожурналістики : учебн. пособие / В.В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 288 с.
7. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 27-28

ФОРМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО МОВЛЕННЯ

План

1. Поняття «форма» в радіомовленні.
2. Розмежування понять «форма» і «жанр».
3. Форми інформаційного радіомовлення. Основні підходи до класифікації.

Основні терміни і поняття: форма, жанр, випуск новин, передача, програма, радіожурнал.

Питання для самоконтролю:

1. Яка різниця між поняттями «форма радіопередачі» та «жанр» радіожурналістики?
2. Як ви розумієте поняття «інформаційна передача»?
3. Які інформаційні жанри можуть виступати як прості інформаційні передачі?
4. Які існують класифікації типів радіопередач?
5. Яка структура інформаційно-музичних передач?
6. Чим передачі журнального типу відрізняються від інформаційних випусків?

Самостійна робота:

1. Створіть графічний ланцюг основних форм інформаційних передач, який би ілюстрував еволюцію їх розвитку. Назвіть рушійні сили нового формотворення.
2. Прослухайте ефір сучасних радіостанцій та оберіть приклади різних форм інформаційного мовлення.
3. Оберіть тему передачі журнального типу, доберіть матеріал, напишіть текст, змонтуйте матеріал. Передачу журнального типу подати на аудіоносії.

Методичні рекомендації

Для підготовки відповідей на теоретичні питання варто опрацювати розділ «Форми інформаційних передач» у підручнику Миронченка В. «Основи інформаційного радіомовлення» (с. 285–308) та розділ «Форми радіовещання і жанри радіожурналістики» в посібниці Смирнова В. «Жанрова система радіожурналістики» (с. 52–58).

В теорії та практиці журналістики точаться дискусії щодо диференціації основних понять «форма» та «жанр». Українські дослідники дотримуються поглядів В. Ружнікова, який поняття «форма радіопередачі» розглядає у сфері програмної діяльності радіо і стосується воно побудови радіомовних програм. У цьому контексті передача – це складова частина програми, яка певною мірою має самостійне значення. Різні форми передач – це різні способи виділення й організації частин мовного матеріалу всередині програми. А поняття «жанр радіожурналістики» стосується процесів журналістської творчості і являє собою певний тип журналістського твору, що характеризується властивими йому методами відображення дійсності.

Перш ніж розглянути форми мовлення та їхню взаємодію з жанрами, окреслимо сам термін «програма». В радіомовленні під програмою розуміють, по-перше, перелік радіопередач за певний відрізок часу: день, добу, тиждень, місяць. Це розклад передач, які публікуються в газетах, в спеціальних виданнях, що знайомлять слухачів із змістом роботи телерадіоорганізації.

По-друге, це радіoproграма дня (або його частини, коли мова йде про місцеві радіоканали, що мають порівняно невеликий обсяг часу виходу в ефір).

І нарешті, програма – це певна форма конкретної передачі (програма новин, радіожурнал, різноманітні трансляції, цикли, радіодні тощо).

Для нас актуальним є останнє визначення поняття. У цьому випадку форма мовлення – це спосіб організації звукового матеріалу відповідно до тематики, адресної спрямованості, конкретного часу виходу передачі в ефір і її обсягу. Цим форми мовлення й відрізняються від жанрів радіожурналістики, що являють певний тип твору, що є частиною конкретної програми.

Форми радіомовлення більш рухливі, ніж жанри. Вони змінюються залежно від завдань, що висувуються до радіожурналістики на різних етапах мовлення, структурування його сітки, способів подачі матеріалу. Форми різноманітніші, ніж жанри, бо різноманітніші їхні функції, прийоми структурування матеріалу.

Жанр значно консервативніший. У ньому частіше змінюється тематичний зміст, стилістичні, тональні характеристики втілення тексту. Але функції й методи, що створюють формоутворюючу «матрицю» жанру, володіють значною стійкістю.

Практика мовлення знає чимало прикладів, коли «жанр» і «форма» мовлення співпадають, тобто в ефірі звучить моножанрова передача.

Радіопрограма – це багатоаспектне поняття. Її функціонування залежить від багатьох факторів, тому класифікація радіопрограм є чималою проблемою вивчення. Характеристика типу має включати типоутворюючі ознаки, які формують її класифікаційну якість, дозволяють описувати, систематизувати за цими ознаками. Типоутворюючі ознаки програм характеризуються низкою факторів, в першу чергу, цільовими установками, спрямованістю на певні групи слухачів.

У цілому радіопрограми мають такі ознаки:

- наявність інвестора (радіоканал, радіостанція, радіокомпанія, редакція, творче об'єднання, що визначають цільові, функціональні установки, тематичні структурні, творчі, кадрові, фінансові та особливості роботи в ефірі);
- змістову спрямованість на певну групу слухачів.

До основних типів програм відносять:

- новинна програма;
- програма журнального типу;
- радіоканал;
- програма клубного типу;
- авторські програми.

За формами звучання:

- монологічні програми;
- програми-діалоги;
- ігрові програми.

Вони мають:

- постійне місце в ефірі;
- сталий хронометраж;
- фірмове музичне оформлення;
- ведучого;
- набір тих жанрів, які необхідні програмі для рішення конкретних завдань.

Деякі з названих типів можуть взаємодіяти, взаємопроникати один в одного. Вони можуть бути простішими чи складнішими за структурою.

Спрямованість радіопрограм різного типу впливає на деякі особливості жанрів, стилю, мови. Орієнтація на аудиторію (склад, вік, національні, психологічні особливості сприйняття радіоповідомлень) особливо помітна у випусках, призначених для школярів і в молодіжних програмах.

Ще одне дискусійне питання нерідко порушується в журналістикознавстві, стосується воно диференціації понять «програма» і «передача», які журналістичної практики використовують як синоніми. Дослідник П. Мірошніченко пропонує

звернутися до визначень, поданих у Законі України «Про телебачення і радіомовлення», в якому вказано, що «програма» – це поєднана єдиною творчою концепцією сукупність передач, яка має постійну назву і транслюється телерадіоорганізацією за певною сіткою мовлення». А «передача» – змістовно завершена частина програми, яка має відповідну назву, обсяг трансляції, авторський знак, може бути використана незалежно від інших частин програми і розглядається як цілісний інформаційний продукт.

Розтлумачення цих понять допоможе радіожурналістам під час створення програм ставити перед собою чіткі завдання та цілі, обирати відповідний жанр і форму для їхньої реалізації, надавати правильної адресності зверненню, тобто підвищувати якість програмного продукту.

Дамо коротку характеристику основним типам програм інформаційного мовлення. В. Смірнов виділяє **новинні передачі** або інформаційні випуски, що, за словами В. Миронченка, створюються шляхом відбору, групування та поєднання окремих повідомлень (новин) в єдине ціле – випуск. Їх розрізняють за хронометражем: хвилинний, трихвилинний, п'ятихвилинний, десятихвилинний, п'ятнадцятихвилинний випуски) та за призначенням: загальні, тематичні, спеціальні, екстренні.

Сучасні випуски новин характеризуються такими ознаками:

- розширення спектру інформації;
- розширення тематики;
- гострота й актуальність тем;
- значна свобода ведучого;
- прискорення темпу мовлення;
- збагачення лексики;
- звучання тексту новин на музичному тлі.

Такі зміни призвели до появи окремих типів новинних передач, а саме: інформаційних, інформаційно-аналітичних, інформаційно-музичних, інформаційно-розважальних, інформаційно-рекламних. Ці типи передач спрямовані не лише на інформування, а й розтлумачення, коментування подій.

Радіоканал передбачає технічно організоване «русло», що визначає власне наповнення в межах направленою на аудиторію засобу спілкування. Прикладом може слугувати «Молодіжний канал» у межах ефіру Українського радіо. Радіоканал за хронометражем сягає 2-5 годин звучання, що дає змогу сформувати власну програму і специфічний набір всіх компонентів.

Найстійкіша форма мовлення – **радіожурнал** (передача журнального типу). Головна перевага – це мобільна структура, що дозволяє використувати різні теми, жанри, поєднувати актуальний, публіцистичний, розважальний і музичний матеріали. У ньому нема оперативних новин, а є змістовна інформація з певної теми. Серед ознак радіожурналу виділяють:

- 1) набір різноматематичних і різножанрових матеріалів;
- 2) постійне місце в ефірі;

3) присутність модератора (ведучого) як посередника між редакцією і слухачем;

4) звукова цілісність.

За тематикою виділяють такі радіожурнали:

- журнал однієї теми;

- журнал, що висвітлює різні теми (радіозбірник).

Польська дослідниця О. Марюцька класифікує радіожурнали за принципом верстки: монографічні, актуальні, розважальні.

В. Миронченко пропонує таку класифікацію радіожурналів: власне радіожурнал, радіоогляд, радіохроніка, радіощоденник, радіолітопис, радіопереклик.

Рекомендована література

1. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

2. Лукина М. Технология интервью: учебн. пособие / М. Лукина. – 2-е изд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 192 с.

3. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.

4. Радиожурналистика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.

5. Смирнов В.В. Радиожурналистика в современном эфире / В.В. Смирнов. – Таганрог : изд-во «Центр развития личности», 2007. – 166 с.

6. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики : учебн. пособие / В.В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 288 с.

7. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Кієво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 29-30

МОВА І СТИЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ.

ЧИТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РАДІОПРОГРАМ

План

1. Вимоги до побудови речень. Виклад тексту.

2. Точні слова. Зрозумілість мови. Порядок слів у реченні.

3. Особливості вживання в радіоповідомленні частин мови.

4. Штампи і кліше. Цитати та посилання. Термінологія. Аббревіатури. Нові слова.

5. Стил ь викладу новин на радіо. Паузи в інформаційних повідомленнях. Логічні наголоси та акценти.

Основні терміни і поняття: інтонація, темп мовлення, тембр голосу, пауза, цитування, логічні наголоси, мовні кліше, терміни, лексика.

Питання для самоконтролю:

1. Яким має бути виклад тексту в інформаційному радіоповідомленні?
2. Як ви розумієте словосполучення «точні слова»?
3. Які існують варіанти цитувань в інформаційних повідомленнях? У яких випадках вони доцільні?
4. В яких випадках у радіоновинах вживається термінологія?
5. У якому стилі начитуються тексти інформаційних радіоповідомлень?
6. Які різновиди пауз ви знаєте? В яких випадках вони використовуються?

Самостійна робота:

1. На сайті інформаційного агенства України оберіть інформаційне повідомлення й відредагуйте його для подачі в радіоэфірі.
2. На сайті інформаційного агенства України оберіть інформаційне повідомлення із соціологічною інформацією (про результати соціологічних досліджень, опитувань, рейтинги тощо). Відредагуйте повідомлення для подачі в радіоэфір, враховуючи правила вживання числівників в інформаційному радіомовленні.
3. Вичитайте готовий текст відредагованого для радіо повідомлення та запишіть його на диктофон, враховуючи вимоги до подачі радіовин. Запис продемонструйте на практичному занятті.

Методичні рекомендації

Під час підготовки теоретичних питань та практичних завдань варто пам'ятати про акустичну природу радіомовлення, тобто аудиторія радіо має можливість сприймати інформацію тільки органами слуху. Слухачі не можуть повернутися до початку речення, перечитати його знову, зупинитися і продовжити читання через певний час. Слухач сприймає інформацію аудіально, тобто прослуховує матеріал і усвідомлює його одночасно. Щоб цей матеріал сприймався ефективно, є певні правила написання радіоповідомлень. Вони викладені у підручнику В. Миронченка «Основи інформаційного радіомовлення» (с. 330–380). Правила вимови, артикуляції, роботи з голосом містяться у навчальному посібнику Ю. Єлісовенка «Ораторське мистецтво: постановка голосу і мовлення».

Загальні рекомендації щодо мови інформаційних радіоповідомлень охоплюють основні нормативи, яких дотримуються інформаційні служби більшості радіостанцій. По-перше, новини викладаються у розмовній манері. Текст повідомлення має бути точним і коротко викладати основний зміст події, тому кожне речення має містити фактичний матеріал без мілких, неважливих для аудиторії подробиць. По-друге, речення мають бути переважно простими. Можливе використання складних речень з одним сурядним чи підрядним зв'язком.

Довгі складні речення породжують монотонність. Фахівці вважають, що для нормального засвоєння тексту з ефіру речення має містити 10-15 слів. Звичайно, розмір речень має коливатися, що надає повідомленню динаміки, тоді як текст, побудований з однакових за розміром речень, звучить монотонно й одноманітно. Тому складні речення треба перероблювати на прості. Для цього підрядну чи сурядну частини треба перетворити в окреме речення. Наприклад: *«Академія наук України та Національна академія Вірменії підписали угоду про співпрацю, яка допоможе об'єднати зусилля вчених у фундаментальних і пошукових дослідженнях з гуманітарних і технічних наук»*.

Краще складне й довге речення розбити на два прості: *«Академія наук України та Національна академія Вірменії підписали угоду про співпрацю. Вчені двох країн об'єднали зусилля у фундаментальних і пошукових дослідженнях з гуманітарних і технічних наук»*. У реченнях має переважати прямий порядок слів, тобто залежні слова мають розміщуватися біля основних. Невдалий приклад: *«У таку країну потрапляє випадково українська дівчина»*. Кращий приклад: *«У таку країну випадково потрапляє українська дівчина»*.

Дослідники радять радіожурналістам активно використовувати в текстах **дієслова та іменники**. Саме ці частини мови вважаються найсильнішими словами, бо іменники називають предмет, явище, а дієслова вказують на дію, надають повідомленню динаміки. Краще вживати дієслова активного стану. Пасивних слів варто уникати. Це можливо зробити, додавши в речення підмет. Невдалий варіант: *«Президентами двох країн була підписана угода»*. Кращий приклад: *«Президенти двох країн підписали угоду»*. Також варто слідкувати за часовим діапазоном дієслів в одному повідомленні. Важливо, щоб час був єдиним протягом усього тексту.

При представленні дійових осіб у повідомленні практики радять використовувати таку послідовність: посада – ім'я – прізвище. Наприклад: Президент України Петро Порошенко, школяр Володимир Янчук, пенсіонер Яків Овсюк. По батькові фахівці радять не вживати взагалі, але за потреби це варто робити лише при другому згадуванні.

Вживання прикметників. Вони часто затуманюють зміст, відволікають від головного змісту, розпорошують увагу. Дозволяється використання лише **якісних прикметників**, що вказують на якість предмета. Наприклад: *червона сукня, сонячна погода, похмурий день, гарний врожай* тощо. Проте прикметники, які характеризують предмет, дають йому оцінку, використовувати в радіоновинах не варто. Наприклад: *гарна дівчина, якісний товар, справедливий педагог, талановитий художник* тощо.

Із вживанням різних частин мови пов'язане використання в тексті **точних слів**. Неточно вжиті слова затуманюють зміст, роблять його нечітким і невиразним. Тому інформаційні служби радять використовувати конкретні назви, а не загальні слова. Приклади пар неточних і точних слів: *несприятливі кліматичні умови – дощі, снігопади, суховій, град; цінний подарунок – золотий годинник, фотоапарат, телевізор, автомобіль; стихійне лихо – повінь, землетрус, тайфун; відповідальна*

пора – пуск підприємства, жнива; судно – танкер, буксир, пасажирський лайнер; благодійна допомога – гроші, харчі, одяг, ліки, гігієнічні засоби. Крім того, не радять вживати **абстрактні іменники**: проблема, аспект, ситуація, умови, характер, процес, діяльність та ін. Саме вживання таких абстрактних іменників часто призводить до перенасичення тексту **зайвими словами**. Серед них: залізничні магістралі – залізниця; дощова вода – дощ; наближаються до завершення роботи – завершується будівництво. Крім того, є слова, які просто звикли вживати, але вони не несуть необхідного змісту. Наприклад: місто Київ, планування наперед, падати вниз, великий за розміром.

Чимало зайвих слів породжує конструкція дієслово+іменник: відбувається посадка овочів – саджають овочі; прийняли рішення – вирішили; ведуть ремонтні роботи – ремонтують; уклали угоду – домовились.

Вживання займенників. Займенники інформаційна служба радить вживати обережно, лише в тих випадках, коли є повна ясність, кого або чого вони стосуються. Наприклад: «Активісти створили Карпатський природний парк. Він розташований у Івано-Франківській області. Його площа перевищує 47 тисяч гектарів». Плутанина починається тоді, коли у слухачів виникають сумніви стосовно того чи чого вжиті займенники. Наприклад: «Позов народного депутата Івана Іванова до Національного банку Арбітражний суд відхилив, оскільки той підпорядкований Верховній Раді». Одразу стає незрозуміло, хто підпорядкований – депутат, Національний банк чи Арбітражний суд? Щоб уникнути такої плутанини, слід замість займенників вживати іменники або пропонувати іншу побудову речення. Наприклад: «Арбітражний суд відхилив позов народного депутата Івана Іванова до Національного банку».

Вживання числівників. У сучасному радіомовленні є неформальне правило, яке в інформаційному повідомленні обмежує вживання до трьох числівників. Це стосується тих, повідомлень, які не містять статистичної інформації, результатів соціологічних досліджень тощо. У таких випадках дозволяється вживання більшої кількості чисел.

Для ведучого новин інформаційна служба рекомендує писати цифри так:

- 1) цифри від 1 до 10 пишуть словами;
- 2) цифри від 10 до 999 пишуть цифрами, крім 11;
- 3) для цифр понад 999 використовуйте комбінацію цифр і слів. Наприклад: 999081 слід писати 999 тисяч 81;
- 4) пишуть «одна тисяча», а не просто «тисяча»;
- 5) вказуйте вік цифрами і ставте їх перед прізвищем. Наприклад: 20-річний Віктор Іванов;
- 6) пишуть дроби так: одна-друга, одна-четверта. Телефон через дефіс: 225-61-35;
- 7) краще писати відсоток, ніж %;
- 8) якщо речення починається з цифри, то краще писати її словами.

Для слухачів при вживанні числівників радять використовувати приблизні величини, особливо це стосується великих цифр. Наприклад, замість цифри 6546700 краще вжити «понад 6 мільйонів 500 тисяч», замість 31,5 процента краще сказати «близько третини». При округленні чисел радять вживати слова «понад», «більше», «менше», «близько», «майже». Цифри, незрозумілі для слухачів слід пояснювати. Так, фраза *«на благоустрій влада планує виділити 5 мільйонів гривень»* не дає уявлення багато це чи мало. Краще сприйматиметься такий варіант: *«Влада виділяє 5 мільйонів гривень. На ці кошти відремонтують три вулиці»*. Варто уникати довгого переліку цифр, бо вони погано сприймаються на слух, а також точного часу, якщо цього не вимагає зміст повідомлення. Краще на позначення часу вживати словосполучення «пізно ввечері», «опівночі», «близько години тому», «цього ранку», «завтра ввечері». Загалом фахівці радять, якщо нема потреби вживати цифру, краще від неї відмовитись.

У текстах інформаційних повідомлень краще уникати цитувань. Щоб використати пряму мову, є кілька варіантів. Перший – це використання звукової інформації, тобто синхронів. Другий – це подати непряму мову замість цитувань. Це можливо завдяки таким словосполученням: «як повідомив», «за словами», «як заявив». Третій – допускає використання цитат, але у випадку, якщо в словах мовця містяться оцінки, виражається суб'єктивне ставлення і потребує оприлюднення. Але прямого цитування радять уникати, краще віддавати перевагу переказуванню.

Також інформаційна служба радить уникати аббревіатур і будь-яких скорочень. Допускається вживання літерного скорочення слів лише тоді, коли подібні аббревіатури відомі широкому загалу: НАТО, ООН, ЄС, США. У інших випадках аббревіатури варто розшифровувати. Також повинстю слід писати скорочення, характерні для газет: *кг – кілограм, т – тонна, см – сантиметр, год – година, с. Семенівка – село Семенівка, Генічеський р-н. – Генічеський район, зав. – завідувач*.

Усі нові слова, що тільки-но входять у вжиток, а також термінологію слід розтлумачувати, пояснювати. Це варто робити одразу після використання такої лексики. Особливо це стосується повідомлень про наукові відкриття, астрономію, фізику, хімію, комп'ютери. Таке розтлумачення необхідне у випадку, коли повідомлення звучить у інформаційному випуску новин. Якщо ж йдеться про тематичний випуск або інформаційну програму з певної теми, то використання термінології допускається, оскільки передбачається, що слухач підготовлений і володіє певними знаннями з цієї галузі.

Текст має бути зручним для читання перед мікрофоном. Ідеальним з погляду звукової організації тексту є таке повідомлення, яке ведучий може прочитати в ефірі прямо з аркуша, без попередньої підготовки. Ось кілька рекомендацій інформаційної служби щодо поліпшення радіофонії повідомлення.

1. Не варто допускати збігу звуків на межі слів, які важко вимовляються або є немилозвучними. Передусім це стосується сполук, що складаються лише з одних

глухих приголосних звуків. Наприклад: *проеКТ Ткацького виробниЦТВА, наступний пуНКТ Плану, В СПокійній манері*. У цьому контексті довіолі часто милозвучність порушується через неправильне вживання прийменників У та В, З і ЗІ, ХОЧ і ХОЧА.

2. Слід уникати в тексті співзвучних слів: «*Невідомий намагався вчинити хуліганський вчинок*». Варто уникати співзвучних початків слів: «*Протест проти втручання*», «*ЗАарештовані ЗА Заколот*», «*Виступив оркеСТР СТРуних інСТРументів*».

3. Уникати рими, яка іноді з'являється в прозовому тексті повідомлення: «*У вагони завантажили останні тонни вугілля*».

4. Не допускати збігу віддієслівних іменників, що закінчуються на суфікси -ЕННЯ, -АННЯ, які створюють ефект бюрократичного письма.

5. Завжди читати написане повідомлення вслух. Проба на слух допомагає зняти з тексту повідомлення фонетичні незграбності.

Темп читання в інформаційному мовленні має бути середнім і нагадувати манеру усної розповіді. Інтонія має висхідно-нисхідний характер із спаданням в кінці речення. Інтоніаційна крапка ставиться за допомогою пауз, що з'являються між останніми 2-3 словами речення. Це означає завершену думку.

Для відпрацювання тексту повідомлення, по-перше, необхідно гарно вичитати текст. По-друге, інформаційна служба радить записати його на диктофон, прослухати, з'ясувати огріхи і помилки, знову вичитати і знову записати. Ці дії треба виконувати доти, доки результат вас максимально задовольнить. Під час прослуховування запису слід звертати увагу на темп мовлення, інтонацію, артикуляцію звуків, паузи й логічні наголоси.

Рекомендована література

1. Єлісовенко Ю. Ораторське мистецтво: постановка голосу й мовлення: навчальний посібник / За ред. В. В. Різуна.- К.: Атіка, 2008.-204 с.

2. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

3. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.

4. Радіожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.

5. Смирнов В.В. Радіожурналістика в сучасному ефірі / В.В. Смирнов. – Таганрог : изд-во «Центр розвитку личности», 2007. – 166 с.

6. Смирнов В.В. Жанри радіожурналістики : учебн. пособие / В.В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 288 с.

7. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Кієво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Заняття 31-32
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
ІНФОРМАЦІЙНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ
План

1. Новітні технології радіомовлення.
2. Супутникове радіомовлення.
3. Цифрове радіомовлення.
4. Інтернет-радіомовлення.
5. Подкастинг як альтернатива радіомовленню.

Основні терміни і поняття: супутникове мовлення, іномовлення, цифрове радіо, технології, інтернет, візуалізація, інтерактив, Інтернет-сайт.

Питання для самоконтролю:

1. Які можливості для роботи радіостанції дає супутникове мовлення?
2. Які переваги і недоліки цифрового радіомовлення?
3. Яким чином радіостанція може бути представлена в Інтернеті?
4. Які існують різновиди візуалізації інформації в інтернет-мовленні?
5. Які переваги й недоліки сучасного інтернет-мовлення?
6. Які ви знаєте платформи подкастингу? Що вони собою являють?

Самостійна робота:

1. Зайдіть на інтернет-сторінки українських радіостанцій (4-5 радіостанцій), дослідіть контент сторінки, проаналізуйте використання інтерактиву та візуальної інформації. Підготуйте виступ на цю тему.
2. Ознайомтеся з сучасними подкаст-терміналами, прослухайте подкасти, з'ясуйте, чим ці роботи відрізняються від радіоматеріалів.
3. Запишіть подкаст хронометражем 3 хвилини на будь-яку тему, викладіть його на одному з подкаст-терміналів. Інформація в подкасті має бути інформаційного характеру.

Методичні рекомендації

Для виконання теоретичного й практичного завдань слід скористатися науковими розвідками О. Гояна «Основи радіожурналістики та радіоменеджменту» (с. 201–208), а також результатами дослідження Ю. Костюка, що викладені в авторефераті до дисертації «Регіональне радіомовлення України: становлення, розвиток, перспективи».

З кожним роком і десятиліттям радіо технологічно змінювалося. До однієї кнопки на радіоприймачі були додані ще дві, і, таким чином, з'явилась можливість вибору того, що можна слухати. Потім розпочалася ера «хвильового радіо». Дротове радіо отримало конкурента й партнера, який відзначався певними діапазонами хвиль і частотними характеристиками. Радіостанції перейшли до

ефірного мовлення. Ні телебачення, ні інші мультимедіа не змогли перешкодити розвитку радіо. Навпаки, розвиток радіомовних технологій з появою нових засобів масової інформації ще більш удосконалювався й урізноманітнювався. Тому говорити, що у радіо немає майбутнього – марна справа.

Сучасне радіо володіє можливостями технологічного розвитку, зорієнтованого у трьох напрямках – *супутникове, цифрове та Інтернет-радіомовлення*.

Супутникове радіомовлення. Радіостанція через супутник виходить на приймальний пристрій індивідуального абонента, яким є супутникова тарілка, і, таким чином, здійснюється комунікація між станцією та аудиторією. Проте основні проблеми полягають передусім у габаритних розмірах такого приймального обладнання і його вартості для окремого слухача. Безперечно, ціна такого приймального супутникового пристрою не може бути оптимальною для того, щоб станція могла сподіватися на максимальне охоплення цільової аудиторії. Поки супутникове радіо є характерним для всесвітніх станцій, служб іномовлення, яким необхідно, наприклад, доносити високоякісні програми у важкодоступні зони або в зони воєнних дій. Супутникове радіо вже застосовується в економічно та індустріально розвинених країнах для того, щоб здійснювати зв'язок із власними кореспондентами, які, маючи спеціальні переносні супутникові комплекси, передають репортажі з місця подій. За допомогою супутникового радіо місцеві мовці здійснюють також ретрансляція програмної продукції центральної мережевої станції.

Супутникове мовлення сприяє розвитку кабельного радіомовлення. Кабельні оператори, отримуючи телевізійний сигнал із супутника та пропонуючи своїм абонентам пакети супутникових телепрограм, запускать у кабель також звукові доріжки радіостанцій, оскільки стереоякість передачі звуку по кабелю є цілком самодостатньою.

Цифрове радіомовлення. Якщо супутникове радіо – це переваги в якості та швидкості доставки сигналу для індивідуального абонента, то цифрове радіо – це перспективи якісної та швидкісної обробки цього сигналу.

Цифрове радіо, окрім якості прослуховування програм, дозволяє модернізувати виробництво радіопродукції. Розвиток цифрового мовлення дозволяє також говорити про нові можливості радіо, які пов'язані з його функціональною особливістю – акустичністю. Саме за допомогою цифрового мовлення радіо отримало нову технологічну й художню форму – «Arts Acoustic» (акустичне мистецтво). Принцип акустичного мистецтва полягає у використанні стерео-квардроефектів (звуків, шумів, інтонації, музики) під час передачі інформації. Тобто мова йде про можливість «осягнути» радіо, зрозуміти його сутність.

Сtereo- і квардроефекти дозволяють сприймати, зокрема, репортаж з місця події абсолютно адекватно, немов перебуваючи там, де знаходиться кореспондент.

Слухання цифрового радіо в навушниках (гарнітурах) дозволяє повністю досягнути специфіку сприйняття цифрового акустичного радіо.

Інтернет-радіомовлення. Глобальна комп'ютерна мережа Інтернет відкрила для радіомовлення такі перспективи:

1. Інтернет передусім є засобом масової інформації та засобом комунікації, тому для радіостанцій це надзвичайно важливий технологічний спосіб поширювати свою програмну продукцію туди, куди радіосигнал не може пройти або коштує настільки дорого, що не є економічно доцільним. Глобальна комп'ютерна мережа дозволяє станціям транслювати свою продукцію для будь-якої аудиторії в усьому світі, яка має доступ до Інтернету.

2. Інтернет – це інтерактивне джерело інформації, тому глобальна комп'ютерна мережа стає додатковим способом для станцій доносити інформацію до аудиторії. І це корисно насамперед для станцій формату «News/Talk». Будь-яка інформація, що передається через радіоефір, може бути продубльована на Інтернет-сайті станції у вигляді новин, тематичних рубрик, розшифровок інтерв'ю, кращих передач тощо. І слухач, якщо це необхідно, може звернутися до веб-сторінки станції для уточнень і перевірки.

3. Інтернет – це мовлення без кордонів. Станціям не потрібно укладати міждержавні угоди, турбуватися про виконання вимог низки важливих документів, які регламентують транскордонне мовлення тощо.

4. Інтернет для радіо є додатковим способом економії та заробітку грошей. Станції відкривають власні сайти, на яких знайомлять потенційну аудиторію з програмою передач, рекламують власних ведучих, проводять конкурси, вікторини, опитування аудиторії, одним словом, «викладають власну візитну картку». Це здешевлює основні витрати станції на саморекламу.

5. Інтернет дає можливість станціям мовити в реальному часі, тобто можуть одночасно дублювати власну програмну продукцію в ефірі та в Інтернеті. Це дозволяє охопити не лише ту аудиторію, яка фоново слухає радіоприймач, але й тих, які, наприклад, працюючи в офісах, мають можливість цілеспрямовано слухати радіопрограми через Інтернет. Інтернет-мовлення в реальному часі сприяє також професійному контакту між радіостанціями, що призвело до виникнення так званих Інтернет-радіостанцій, тобто радіоорганізацій, які працюють виключно у веб-мережі. Такі станції, як правило, не мають великої аудиторії. Деякі з них принципово є піратськими: працюють без ліцензії на мовлення, використовують неліцензійну музику, не дотримуються норм і специфіки радіомовлення тощо. Інтернет-станції цікаві для аудиторії передусім не як засіб масової інформації, а як явище в галузі нових радіотехнологій.

6. Інтернет надає можливість швидкісної пересилки звукових даних у форматі «MP3», який дозволяє стискати, архівувати матеріал, і здійснювати цифрову передачу з одного комп'ютера на інший з досить пристойною якістю.

7. За допомогою Інтернету радіо «омолоджує» свою аудиторію. Як тільки станція виходить з «реальним мовленням» в Інтернет, вона збільшує кількість своїх слухачів за рахунок молоді.

8. Інтернет дозволяє створювати віртуальні фан-клуби станцій. Слухачі можуть спілкуватися між собою, а також із співробітниками компаній, ділитися враженнями від програмної продукції, обговорювати, радити, рекомендувати, критикувати.

Подкастинг. «Подкаст» – це англійське слово, що складається з двох частин «Pod» та «Cast». Перша частина «Pod» склалася від назви «iPod» (Айпод) - портативний mp3-плеєр для програвання звукових файлів, який виробляє компанія Apple. Друга частина «Cast» походить від англійського «Broadcasting», що перекладається як «широкоформатне мовлення» або «випуск в ефір». Podcast — цифровий медіа-файл або низка таких файлів, які розповсюджуються інтернетом (зазвичай у форматі mp3 або Ogg / Vorbis для звукових і Flash Video та інших відео-передач) для відтворення на портативних медіа-програвачах чи персональних комп'ютерах. За змістом вони можуть нагадувати радіо-шоу, звукову виставу, містити інтерв'ю, лекції чи будь-що інше, що належить до усного жанру. Ведучого або автора подкасту часто називають подкастер. Подкаст як сферу діяльності називають подкастингом. На відміну від слухачів радіо, які слухають те, що їм пропонує радіостанція, подкастинг дозволяє обрати самостійно те, що аудиторія хоче слухати чи дивитися. І найголовніше – саме у той час, коли зручно ввімкнути свій програвач. Як правило, подкасти мають певну тематику і періодичність видання (проте бувають і винятки).

Якщо на початку подкасти були тільки звуковими і більше були розраховані для прослуховування на iPod-ах або інших портативних плеєрах, то нині явище подкастингу значно еволюціонувало. Це призвело до того, що подкасти стали не тільки звуковими, але й відео, а прослуховувати або переглядати їх стали частіше прямо на сайті (зазвичай на блозі) або скачували на свій комп'ютер.

Аудіо-подкаст являє собою аудіозапис закінчених ідей, думок, лекцій, новин, презентацій, який несе в собі явний інтерес і користь для цільової аудиторії. Запис оформляється в mp3-файл, який далі надається для прослуховування або за допомогою спеціальної аудіо-flash-кнопки, яка інтегрується на блог (сайт). Запис аудіо зазвичай здійснюється за допомогою звичайного цифрового диктофона або персонального комп'ютера з підключеним мікрофоном і спеціальною програмою, наприклад, Audacity.

Відео-подкаст. Це відеозапис виступу на якусь тему, пов'язану безпосередньо з тематикою блогу або сайту. Далі цей запис розміщується на блозі або сайті. Знову ж таки, відео-подкаст повинен обов'язково бути корисним для цільової аудиторії.

Скрінкасти. Це ціле нове явище, яке створило неймовірну кількість нових інформаційних продуктів, а також спростило навчання людей через Інтернет. Суть скрінкаста полягає в тому, що за допомогою спеціальної програми записуються дії

на екрані комп'ютера разом з аудіо-коментарями, зберігається це в форматі flash-відео і потім можна давати переглядати це відвідувачам блогу, сайту, а можна робити цілі комерційні навчальні продукти в форматі скрінкаст.

Подкастинг має низку переваг. По-перше, сам процес запису подкастів для багатьох людей є більш творчим, цікавим і зручним, ніж написання тексту. По-друге, явною перевагою саме аудіо-подкасту є те, що слухач може паралельно прослуховуванню подкаста у своєму mp3-плеєрі робити свої звичайні справи. По-третє, створення аудіо, відео-подкастів і скрінкастів робить з користувача своєрідного режисера, автора і ведучого своїх радіо- та відеопрограм.

Створити аудіо-подкаст можна за допомогою будь-якої звукомонтажної програми. Як працювати з нею ми розглядали під час вивчення теми «Монтаж випуску радіоновин». Розмістити подкаст можна на сервісі **podfm.ru**. Рекомендації щодо розміщення подкастів знаходяться за посиланням: <http://zounb.zp.ua/node/4226>.

Рекомендована література

1. Гоян О.Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник / О.Я. Гоян. – 2-ге вид., доп. – К. : Веселка, 2004. – 245 с.
2. Гоян О.Я. Цифрове радіомовлення: українські перспективи [Електронний ресурс] / О.Я. Гоян // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. – К., 2008. – Т.30. – С. 31–34. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=294>.
3. Гоян О. Сучасне радіомовлення: новітні технології й ефірні трансформації / О. Гоян // Пам'ять століть. – 2007. – № 3. – С. 51-59.
4. Костюк Ю. В. Регіональне радіомовлення України: становлення, розвиток, перспективи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / Юрій Вікторович Костюк. – Київ, 2015. – 18 с.
5. Нагорняк М.В. Здобутки й утрати діяльності українських радіостанцій у мережі Інтернет [Електронний ресурс] / М.В. Нагорняк // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. – К., 2011. – Т. 43. – С. 10–14. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2011_43/Nagornya.pdf.
6. Радиожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.
7. Смирнов В.В. Радиожурналістика в современном эфире / В.В. Смирнов. – Таганрог : изд-во «Центр развития личности», 2007. – 166 с.

2. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Індивідуальне практичне завдання являє собою змонтований випуск новин. Він має складатися з 5-6 повідомлень загальним хронометражем до 7 хвилин.

Основні вимоги до випуску:

1. Студент протягом навчання має самосійно відвідати події університетського чи міського масштабу, зібрати інформацію, необхідну для написання новинного радіоповідомлення. Повідомлення, взяті з інших джерел не приймаються.

2. Повідомлення мають бути написані у різних жанрах (замітка, репортаж, інтерв'ю або його елементи, звіт) із використанням звукової інформації.

3. Повідомлення мають бути написані мовою, характерною для радіотекстів, та у стилі інформаційного мовлення.

4. Випуск має бути начитаний із урахуванням правил артикуляції та вимови.

5. Випуск новин має бути сформований за правилами верстки і містити основні елементи: заставку, музичний підклад, вітання, анонс, повідомлення з перебивками, відбивку.

6. Випуск новин має бути змонтований у будь-якій програмі з обробки звуку і презентований на аудіоносії у форматі MP3. Якість звуку має бути якісною.

7. Тематика новин необмежена. Це може бути загальноінформаційний, тематичний або спеціальний випуски.

Критерії оцінювання індивідуального практичного завдання:

20 балів виставляються за відмінне виконання завдання, творчий підхід. Випуск складається з 5-6 повідомлень різних жанрів, що містять звукову інформацію. Студент самостійно відвідав події, про які написав повідомлення. Випуск технічно якісний, має заставку, перебивки. Артикуляція чітка, вимова правильна. Випуск не містить мовних помилок. Матеріал відповідає темпоритмічним вимогам.

15 балів виставляються за виконане завдання, але з певними зауваженнями щодо якості тексту і запису. Випуск складається з 5-6 повідомлень різних жанрів, що містять звукову інформацію. Студент самостійно відвідав події, про які написав повідомлення. Але запис неякісний, є зауваження щодо верстки випуску, артикуляції звуків, мовлення тощо.

10 балів виставляються за неповне виконання завдання, шаблонний підхід, неякісне втілення. У тексті наявні помилки, звукозапис неякісний, матеріали не є авторськими, відсутня звукова інформація. Студент погано артикулює, є зауваження до подачі тексту.

5 балів виставляються за часткове виконання завдання: наявність тексту, але відсутність звукозапису. Матеріали не є авторськими, відсутні синхрони, наявні значні мовні помилки.

Бали не виставляються у разі повної відсутності індивідуального творчого завдання.

3. ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ДО ІСПИТУ

1. Основні етапи розвитку українського інформаційного мовлення.
2. Радіогазети як перша форма інформаційного радіомовлення в Україні.
3. Історія становлення та розвитку місцевого радіомовлення в Запорізькій області.
4. Сучасні погляди на «новину». Трикутник новин.
5. Сучасні тенденції розвитку інформаційного радіомовлення в Україні.
6. Радіоповідомлення як носій інформації.
7. Види інформації: основні характеристики.
8. Чинники, що підвищують ефективність і цікавість новин.
9. Джерела інформації, їх класифікація.
10. Методи отримання інформації.
11. Інтерв'ю як метод отримання інформації.
12. Техніка проведення інтерв'ю. Інтерв'ю у записі та прямому ефірі.
13. Інформаційні та коментовані повідомлення.
14. Головні принципи викладу новин.
15. Початок радіоповідомлення: основні принципи написання.
16. Виклад подробиць у повідомленні.
17. Побудова новин: основні принципи.
18. Принципи інформаційної діяльності.
19. Система жанрів в інформаційному радіомовленні.
20. Інформаційні жанри радіомовлення. Основні характеристики.
21. Радіорепортаж. Історія виникнення й особливості підготовки.
22. Інтерв'ю, його різновиди та особливості підготовки.
23. Радіозамітка: характеристика жанру.
24. Радіозвіт у системі інформаційних жанрів радіомовлення.
25. Типи інформаційних програм.
26. Контактні інформаційні програми.
27. Інформаційно-музичні радіопрограми.
28. Мова і стиль новин та інформаційних програм на радіо.
29. Особливості розміщення повідомлень у випуску. Пріоритетні теми.
30. Вимоги до викладу тексту в інформаційних повідомленнях.
31. Виклад спортивних новин на радіо.
32. Кримінальні новини на радіо: особливості викладу.
33. Основні вимоги до викладу політичних і соціальних радіоновин.
34. Особливості верстки радіоновин. Елементи оформлення.
35. Особливості викладу новин культури на радіо.
36. Типи новин за тематикою: загальна характеристика.
37. Особливості застосування в новинах звукових ефектів та елементів оформлення.
38. Специфіка інформації в радіомовному каналі.

4. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. Що стало першою формою інформаційного радіомовлення?

- а) новини,
- б) радіоп'єси,
- в) радіогазети,
- г) радіожурнали.

2. Сукупність різноманітних відомостей, які збирає й використовує у своїй роботі журналіст і які може вилучити з його твору слухач. Це -

- а) інформація,
- б) новина,
- в) повідомлення,
- г) факти.

3. У чому полягає специфіка радіомовного каналу:

- а) в шумах,
- б) в сукупності технічних засобів,
- в) в масовості,
- г) в акустичності.

4. Слово, музика, шуми — це

- а) звуковий образ,
- б) виражальні засоби радіо,
- в) основні елементи радіо,
- г) другорядні елементи радіо.

5. Коли в історії радіомовлення була започаткована сітка мовлення?

- а) 1927 року,
- б) 1928 року,
- в) 1929 року,
- г) 1930 року.

6. Коли розпочав трансляцію канал «Промінь»?

- а) 1965 року,
- б) 1966 року,
- в) 1967 року,
- г) 1968 року.

7. Що відносять до основних джерел інформації?

- а) інформаційні агенції,
- б) електронні бази даних,
- в) підшивки газет,
- г) довідники.

8. Що таке радіомовний канал?

- а) хвиля мовлення,
- б) смуга частот, в межах якої здійснюється передача інформації на відстань,
- в) шлях, який проходить інформація від радіоредакції до радіоприймача,
- г) потік інформації на радіо.

9. До якої групи принципів інформаційної діяльності належить принцип об'єктивності?

- а) змістових;
- б) методичних,
- в) кореляційних.
- г) формальних.

10. На які питання має відповідати лід повідомлення?

- а) хто?, коли?,
- б) що?, де?,
- в) що?, де?, коли?,
- г) що?, де?, хто?

11. Скільки числівників може міститися у традиційному радіоповідомленні?

- а). чотири,
- б) три,
- в) два,
- а) один.

12. Які принципи викладу інформації характерні для радіоповідомлення?

- а) принцип ромба,
- б) принцип прямої піраміди,
- в) хронологічний принцип,
- г) принцип перевернутої піраміди.

13. Яка побудова речення характерна для радіоповідомлення?

- а) прямий порядок слів,
- б) зворотній порядок слів,
- в) послідовний порядок слів,
- г) логічний порядок слів.

14. Що собою являє принцип плюралізму?

- а) дотримання правил написання радіоповідомлення,
- б) висвітлення позицій опонентів,
- в) правдиве висвітлення події,
- г) точне висвітлення події.

15. Які частини мови не використовуються в інформаційному радіоповідомленні?

- а) іменники,
- б) дієслова,
- в) прикметники,
- г) числівники.

16. Оберіть правильний варіант

- а) Сьогодні ГУ поліції України в Запорізькі області отримали 7 нових автомобілів.
- б) Сьогодні запорізькі правоохоронці отримали 7 нових автомобілів.
- в) Сьогодні 7 нових автомобілів отримали запорізькі поліцейські.

г) Сьогодні головне управління поліції в Запорізькій області отримали 7 нових автомобілів.

17. В якому варіанті правильно вжиті числівники?

- а) 3 жовтня 735 підприємств Запорізької області продали продукції на 1,7 млн. грн.
- б) минулої суботи 735 підприємств Запорізької області заробили більше 1,5 млн. грн.
- в) у суботу більше 700 підприємств Запорізької області заробили більше півтора мільйони гривень.
- г) у суботу 735 підприємств Запорізької області заробили більше півтора мільйони гривень.

18. В якому варіанті правильно названі населені пункти?

- а) У місті Київ до виборів готові всі виборчі дільниці.
- б) У місті Чугуєв Харківської області ще 3 виборчі дільниці не мають відеоспостереження.
- в) У Василівці, що в Запорізькій області, під час виборів плануються фальсифікації.
- г) Дніпропетровський Нікополь в день виборів прийматиме міжнародних спостерігачів.

19. Оберіть правильний варіант:

- а) Прем'єр-міністр України: «Субсидіями скористались 28% мешканців України».
- б) За інформацією Прем'єр-міністра України, субсидії оформили 28% українців.
- в) «Субсидіями скористались 28% мешканців України», - повідомив Прем'єр-міністр України.
- г) Прем'єр-міністр України заявив: «Субсидіями скористались 28% мешканців України».

20. Оберіть правильний варіант:

- а) синоптики прогнозують, що жовтень буде теплим, без опадів.
- б) як обіцяють синоптики, жовтень радуватиме теплою і сухою погодою.
- в) як кажуть синоптики, жовтень обіцяє бути теплим і без опадів.
- г) синоптики прогнозують, що у жовтні нам варто очікувати теплої погоди без опадів.

5. ГЛОСАРІЙ

Аудіо-подкаст – аудіозапис закінчених ідей, думок, лекцій, новин, презентацій, який несе в собі явний інтерес і користь для цільової аудиторії.

Верстка – розподіл програмного матеріалу за ступенем важливості його окремих елементів.

Відводка – фінальна частина аудіосюжету, завершальна репліка.

Голосовий грим – надання мові журналіста емоційного забарвлення й ритмічних особливостей, що передають атмосферу події.

Ефект присутності – створення за допомогою виражальних засобів радіо зримої картини у слухача, що дає йому можливість відчувати себе на місці події. Ефект присутності є неодмінною жанровою ознакою радіорепортажу.

Звукова доріжка – місце розташування фонограми на будь-якому носії.

Звукова інформація – це відомості, які слухачі дістають безпосередньо з місця події або ж у записі на звукозаписуючі пристрої.

Звукова мізансцена – положення мікрофона відносно учасника події.

Звукове оформлення – різноманітний звуковий матеріал (мова, музика, шуми), який у радіопередачах доповнює текст, надає йому більшої виразності, емоційності, робить доступнішим.

Звуковий образ – це сукупність звукових елементів (мови, музики й шумів), що створюють у слухача шляхом асоціацій уявлення про матеріальний об'єкт, життєву подію, характер людини.

Інтернет-мовлення – розширення мовлення діючих ефірних радіостанцій в мережу Інтернет для збільшення слухачької аудиторії.

Інтонація – сукупність ритміко-мелодійних засобів вимови. У радіомовленні вона вказує на ставлення ведучого до передаваного змісту, сприяє виразності викладу мікрофонного матеріалу.

Інформаційне мовлення – система радіопередач, підготовку яких здійснюють різні редакційні підрозділи з метою оперативного й об'єктивного інформування населення про найбільш важливі й цікаві події в місті, країні та за її межами.

Інформаційний привід – підстава, причина виходу журналістського матеріалу.

Інформація – це певна сума чи сукупність різноманітних відомостей (фактів, даних, знань), які збирає й використовує у своїй роботі журналіст і які може вилучити з його твору читач, глядач, слухач.

Канал радіомовлення – це смуга частот, в межах якої за допомогою технічних засобів здійснюється передача будь-якої інформації на відстань.

Лід – вступний абзац у повідомленні, початок інформаційного матеріалу, який відповідає на питання хто?, що?, де?, коли?

Монтаж – (франц. montage – збирання, складання) – підбір і поєднання окремих частин для створення єдності, завершеного твору.

Музика – виражальний засіб радіожурналістики, що емоційно підсилює текстовий матеріал, відтворює час оповіді, відіграє функцію тла. Разом зі словом і шумами утворює звуковий образ.

Передача – змістовно завершена частина програми, яка має відповідну назву, обсяг трансляції, авторський знак, може бути використана незалежно від інших частин програми і розглядається як цілісний інформаційний продукт.

Підводка – вступний текст, який журналіст має написати й виголосити перед радіоповідомленням, автором якого є репортер або інший радіожурналіст.

Позастудійний запис – звукозапис, здійснений поза радіостудією за допомогою перенесеної апаратури.

Приєм «буратіно» – пришвидшення чи уповільнення звукового матеріалу, що використовується для відображення іронічного ставлення кореспондента до мовця.

Принцип «перевернутої піраміди» – принцип викладу інформації від найважливішого до менш важливого.

Програма – це поєднана єдиною творчою концепцією сукупність передач, яка має постійну назву і транслюється телерадіоорганізацією за певною сіткою мовлення.

Радіогазета – вид радіомовлення, передачі якого скомпоновані з матеріалів радіо у дикторському читанні; виконує функцію інформування населення у вигляді коментарів, кореспонденцій тощо. Радіогазета була першою формою організації інформаційного радіомовлення у 20-30-х рр. ХХ ст.

Радіожурнал – вид передачі, скомпонований з радіоматеріалів, які ведуться журналістами у прямому ефірі чи попередньо записані. Ці матеріали створені у різних жанрах, згруповані й подані у журнальній формі.

Радіоінтерв'ю – інформаційний жанр радіожурналістики, що має форму розмови журналіста з особою на актуальну тему.

Радіопереклик – одна з форм інформаційно-публіцистичного мовлення, яке дозволяє встановлювати ефірний зв'язок між окремими особами, колективами, містами, країнами з актуальних питань. Радіопереклики були актуальними в 20–30 рр. ХХ ст.

Радіоповідомлення – це відібрана, впорядкована і втілена в певну форму інформація, що спеціально розрахована для сприйняття на слух.

Радіофікація – планомірне будівництво радіостанцій і розвиток приймальної мережі. Активно здійснювалась в СРСР, починаючи з 20-х рр. ХХ ст.

Реверберація – додаткова об'ємність звука, що створює ефект «луни».

Сітка мовлення – 1) розгалужена система, за допомогою якої радіостанція посиляє слухачам прийняті з ефіру передачі; 2) програма радіопередач на тиждень.

Слово – основний виражальний засіб радіожурналістики, який передає зміст повідомлення, встановлює причинно-наслідкові зв'язки в тексті. Виразальними властивостями слова є складові інтонації.

Спеціальний випуск – програма мовлення, що лунає в ефірі лише один раз і стосується певної актуальної теми.

Текстова інформація – це відомості, що подаються для зачитування перед мікрофоном у друкованому вигляді.

Хронометраж – тривалість радіопередачі або її частини у хвилинах або секундах.

Шуми – різні звуки, утворені рухом предметів чи внаслідок злиття людських голосів. У радіомовленні вони є виражальним засобом і сприяють виразності передачі, викликають ілюзію реальності обставин, створюють ефект присутності в радіоматеріалах.

Шумотека – зібрання систематизованих і зареєстрованих у відповідній послідовності фонограм, на яких записано різні шуми, що використовують у радіопрограмах.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Вайшенберг З. Журналістика та медіа : довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойберг, Бернгард Пьорксен; пер. з нім. П. Демешко, К. Макеев; за загал. ред.. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенко. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
2. Гоян О.Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник / О.Я. Гоян. – 2-ге вид., доп. – К. : Веселка, 2004. – 245 с.
3. Гоян О.Я. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоєфірі: Монографія / О.Я. Гоян. – К. : Наукова думка, 2005. – 325 с.
4. Зарва М.В. Слово в ефіре: О языка и стиле радиопередач: Произношение в радио- и телевизионной речи : справоч. пособ. / М.В. Зарва. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2011. – 376 с.
5. Иванова-Лекьянова Г.Н. Культура устной речи: интонация, паузирование, логическое ударение, темп, ритм : учеб. пособ. / Г.Н. Иванова-Лукьянова. – 6-е изд. – М. :Флинта, 2004. – 200 с.
6. Ключи к эфиру : в 2 кн. / под ред. Г. Шевелева. – М. : Аспект Пресс, 2007. – Кн. 2: Основы мастерства: опыт, практические советы. – 270 с. – (Серия «Мастер-класс радиостанции «Маяк»).
7. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики : підручник / В.В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
8. Лукина М.М. Технология интервью : учеб. пособ. / М.М. Лукина. – 2-е изд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 192 с.
9. Любосветов Д.И. Радиовещание и аудитория: некоторые особенности взаимодействия / Д.И. Любосветов // Вестник Московского университета. Сер. 10 : Журналистика. – 1999. – № 3. – С. 3–16.
10. Ляшенко Б. Хочу к микрофону: Профессиональные советы диктору / Б. Ляшенко ; под ред. Г.А. Шевелева. – 2-е изд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 126 с.
11. Мащенко І.Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. / І.Г. Мащенко. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Том перший: Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.
12. Миронченко В. Основи радіомовлення : підручник / В. Миронченко. – К. : ІЗМН, 1996. – 440 с.
13. Радиожурналістика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 480 с.
14. Смирнов В.В. Радиожурналістика в сучасному ефірі / В.В. Смирнов. – Таганрог : Центр розвитку особистості, 2007. – 166 с.
15. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; пер. з англ. Н. Єгоровець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.

Додаткова

1. Бернадская Ю.С. Звук в рекламе / Ю.С. Бернадская. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 135 с.
2. Болотова Е. Радиожурналистика информационная и аналитическая: новые формы и технологии / Е. Болотова, Л. Круглова, М. Максимова // Журналистика и культура речи. – 2007. – № 2. – С. 4–26.
3. Ваніна О. Значення голосу і манери говорити для теле- і радіожурналістів / О. Ваніна // Теле- та радіожурналистика. – Львів, 2002. – Вип. 4. – С. 155–158.
4. Гаспарян В. Работа радиожурналиста (технология творчества) : учеб. пособ. / В. Гаспарян. – М. : Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. – 43 с.
5. Лизанчук В., Лубкович М. Радіозвіт і радіовиступ // Теле- та радіожурналистика. – 2009. – Вип. 8. – С. 8 – 28.
6. Любченко Ю.В. Звук в інформаційному радіомовленні: когнітивний аспект / Ю.В. Любченко // Наукові записки інституту журналістики. – 2012. – Т. 46. С. 98–101.
7. Ляшенко Б. Радио без тайн: рассказ неизвестного диктора / Б. Ляшенко. – М. : Искусство, 1991. – 223 с.
8. Маккой К. Вещание без помех / К. Маккой ; под ред. А. Георгиева. – М. : Мир, 2000. – 285 с.
9. Мащенко І.Г. Міфи і реалії телерадіоефіру / І.Г. Мащенко. – К. : Агенство ТРК, 2001. – 288 с.
10. Мірошніченко П.В. Текст і фактура новинарного радіоповідомлення / П.В. Мірошніченко // Теле- та радіожурналистика. – 2010. – Вип. 9. – Ч.2. – С. 260–265.
11. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат : учеб. пособ. / под ред. Т.В. Васильевой, В.Г. Осинского, Г.Н. Петрова. – СПб., 2002. – Ч. 1. – 190 с.
12. Єлісовенко Ю.П. Інтонційна диференційованість інформаційного, аналітичного та художньо-публіцистичного теле- і радіомовлення / Ю.П. Єлісовенко // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Журналистика. – 2006. – № 14. – С. 47–50.

Інформаційні ресурси:

- 1 Бубукин А.В. Эфирные тайны [Электронный ресурс]. / А.В. Бубукин. – Новосибирск: «FM-реклама», 2003. – 148 с. – Режим доступа: <http://www.radiostation.ru/>
2. Гаспарян В. Работа радиожурналиста (технология творчества) : учеб. пособ. [Электронный ресурс]. / В. Гаспарян. – М. : Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. – Режим доступа: <http://biblioteka.teatr-obraz.ru>.

3. Костюк Ю.В. Радіостанція «Запоріжжя» — перший представник регіонального мовлення у Запоріжжі [Електронний ресурс] / Ю.В. Костюк // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник – К., 2012. – Т. 46. С. 102–104. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2012_46/all_text.pdf.
4. Любченко Ю.В. Звук у радіорепортажі: проблеми використання [Електронний ресурс] / Ю.В. Любченко // Наукові записки інституту журналістики. – 2010. – Т. 39. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/Portal/soc_gum/Nzizh/2010_39/Lyubchen.pdf.
5. Любченко Ю.В. Звук в інформаційному радіомовленні: когнітивний аспект [Електронний ресурс] / Ю.В. Любченко // Наукові записки інституту журналістики. – 2012. – Т. 46. С. 98–101. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2012_46/all_text.pdf.
6. Нагорняк М.В. Здобутки й утрати діяльності українських радіостанцій у мережі Інтернет [Електронний ресурс] / М.В. Нагорняк // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. – К., 2011. – Т. 43. – С. 10–14. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2011_43/Nagornya.pdf.
7. Нагорняк М.В. Як зробити новини привабливими (на прикладі повідомлень радіо «Свобода» та радіо Бі-Бі-Сі [Електронний ресурс] / М.В. Нагорняк // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. – К., 2008. – Т.30. – С. 126–130. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Nzizh/2008_30.pdf.
8. Національна радіокомпанія України. – Режим доступу: <http://www.nrcu.gov.ua/>
9. Радіо 24. – Режим доступу: <http://radio24.ua/>
10. Радіо «Ера-FM». – Режим доступу: www.radioera.com.ua/
11. Радіо «Мелодія». – Режим доступу: <http://radiomelodia.com.ua/>
12. Радіо «Рокс». – Режим доступу: <http://www.radioroks.com.ua/>
13. Радіо «Свобода. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/>
14. Радіо «Хіт-FM». – Режим доступу: <http://www.hitfm.ua/>
15. Радіостанції України. – Режим доступу: <http://www.proradio.org.ua/>

Навчально-методичне видання
(українською мовою)

Любченко Юлія Валеріївна

«ІНФОРМАЦІЙНЕ РАДІОМОВЛЕННЯ»

Навчально-методичний посібник
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра
напряму підготовки «Журналістика»

Рецензент *В. В. Костюк*

Відповідальна за випуск *Ю. В. Любченко*

Коректор *Ю. В. Любченко*

Підписано до друку _____

Формат 60x90x16. Папір офсетний.

Друк різнографічний. Умовн. друк. арк. ____

Замовлення № . Наклад ____ примірників