

**Мельничук Т. В., Мельник В. Е., ст. ІV курсу факультету журналістики; науковий керівник – Мітчук О. А., д.соц.ком., доцент (Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне)**

## **ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІ АВТОРСЬКОЇ ПРОГРАМИ НА РАДІО**

***Анотація.** У статті досліджено сутність поняття «авторська програма» та її особливості у радіопросторі. Визначено ознаки які закріплюють негативні сторони радіомовлення, та в чому полягає успішність авторських програм. Наведено типологічну характеристику радіопрограм та їх класифікацію. Охарактеризовано відмінність між їх видами. Систематизовано поради щодо підготовки авторських програм на радіо за В. Л. Цвіком.*

***Ключові слова:** авторська програма; радіомовлення; радіоведучий; радіо-простір; джінгл; інтерактивність*

***Abstract.** The article investigates the essence of the concept of «author's program» and its features in the radio space. The features that fix the negative aspects of radio broadcasting and what is the success of author's programs are determined. The typological characteristics of radio programs and their classification are given. The difference between their actual species is characterized. The advice on the preparation of author's programs on the radio by V. L. Tsvik are systematized.*

***Key words:** author's program; radio broadcasting; radio host; radio space; jingle; interactivity.*

У структурі сучасних засобів масової інформації (ЗМІ), радіо є одним з найбільш оперативних. Ні телебачення, ні Інтернет не має настільки досконалих можливостей, які дають змогу, без допоміжної підготовки, виходити в ефір з будь-якого куточка земної кулі з розповіддю про подію різного характеру, яка ще триває. Відповідно, ця деталь спрощує використання радіо як коментатора найбільш актуальних та соціально важливих фактів і явищ, презентацію представників суспільства, державних службовців, поважних осіб у всіх сферах, та власне, самих учасників подій. Тому, у зв'язку з цим, радіо випереджає як пресу, так і телебачення, та Інтернет.

Журналісти прагнуть створювати цікавий та оригінальний за змістом і формою авторський програмний продукт, який зможе привернути увагу цільової аудиторії, сприятиме самореалізації автора. На думку багатьох фахівців, саме авторська програма підтверджує демократичність журналістики в будь-якій країні світу. Нині, одним із найважливіших каналів отри-

мання інформації є радіожурналістика. Прямі ефіри журналісти стали урізноманітнювати способом подачі інформації, що зумовило появу нових жанрів. Сьогодні, виняткове місце посідає авторська програма. В ній ведучий має змогу показати свої творчі задуми.

**Серед досліджень**, присвячених теоретичним та практичним аспектам авторських програм в радіожурналістиці виокремимо кілька, зокрема, роботи таких науковців: Ю. Д. Баранович, Т. В. Васильєва, В. В. Гаспарян О. Гояна, Г. В. Лазутіна, В. Л. Цвік, А. А. Шерель та ін.

**Мета статті:** дослідити поняття «авторська програма», проаналізувати та визначити її основні ознаки.

**Тлумачення поняття** «авторська програма» подається науковцями по-різному: Г. В. Лазутіна під «авторською програмою» розуміє «створення власного твору (програми, циклу програм) для електронної (радіо, телебачення) преси, при якому журналіст приймає безпосередню участь в конструванні та випуску цього твору, підборі теми, матеріалу та інформаційного приводу для нього» [1].

Інше визначення «авторської програми» подається дослідником та журналістикознавцем В. Л. Цвіком: «Авторською програмою можна вважати той продукт журналістської діяльності, задумка та реалізація якого на 90 % була проведена одним журналістом» [2].

М. І. Калуцька визначає, що «авторський проект – це відвідуваний сайт, домашня сторінка, радіо або телепередача, яка створюється та підтримується зусиллям одного журналіста, і в якій з певною періодичністю з'являються певні результати його журналістської творчості» [3, с. 402].

За визначенням В. А. Моїсеєва: «Авторською програмою можна вважати лише таку програму, авторські права на яку журналіст має відповідно до чинного законодавства України» [4].

Отже, отримавши декілька пояснень дефініції «авторська програма» та її особливостей, можна отримати певне визначення «авторської програми на радіо». Авторська радіопрограма – передача, де автор виступає одразу в ролі засновника та ведучого, а також продюсера, редактора та навіть коректора. Автор програми пише сам текст, самостійно обирає музику, міркує над створенням джінглу, тобто повністю несе відповідальність за неї. Випускати таку програму до ефіру чи ні може лише програмний директор або головний редактор.

Особливості радіомовлення полягають у тому, що звук є носієм інформації і може передаватись на будь-яку відстань. Через це радіо є найбільш оперативним типом журналістики. За допомогою навушників радіопрограми сприймаються комфортно, не заважаючи комусь у громадських місцях, транспорті чи навіть вулиці. А відсутність відеоряду дає можливість слухачу зосередитись на самій інформації. Аргументи які журналіст наводить, у своїй програмі повинні бути чіткими і мотивуючими до певних

висновків. Потрібно уникати «плетіння слів», не зловживати художніми засобами. Писати варто так, як ми розмовляємо (не намагайтесь переконати читача ораторством). Не думайте, що слухачі вже чули ваші попередні програми. Кожен текст має бути оригінальним.

Радіомовлення дало можливість розповісти про подію в момент самої події, тобто проводити репортажі з різних мітингів, засідань Верховної ради чи змагань, оперативність повідомлення дорівнює одночасності самого факту. Ознаки які аналізовано нижче фіксують негативні сторони радіомовлення:

1. Щоб не говорилося про плюси усного мовлення, але потрібно розуміти що коли інформація викладена у друкованій формі вона сприймається краще;

2. У радіомовленні неможливо відкрати ефір, скротити його чи навпаки, збільшити, це спонукає слухача до запланованої передачі;

3. Проблема створення та планування радіопередач полягає в тому, що радіомовленню потрібне анонсування інформації про свої передачі;

4. Незручності радіомовлення виникають в тому, що неможливо слухати декілька програм одночасно, у той час, коли друкованні видання, які прийшли одночасно, можна читати коли завгодно.

Авторська програма має відповідати обраному формату та стилістиці, і бути розрахована для трансляції на відповідній радіостанції – державній чи комерційній. Тема в передачі повинна максимально пояснюватись, для того, щоб зацікавити слухача. Автор повинен завжди готуватись до програми, яка має стосуватись обраної теми. Для налагодженості спілкування з слухачем матеріал потрібно викладати у доступній та зрозумілій формі.

Успішність авторських програм залежить від:

– привітної побудови самої бесіди із слухачем;  
– вдалого інтерв'ю з гостем програми, який повинен почуватися комфортно в бесіді з ведучим програми;

– доброзичливої манери спілкування ведучого;

– привітання та прощання, з якого можна впізнати ведучого;

– присутність яскравого джінглу, який асоціюватиметься з цією програмою;

– поєднання змісту та музичного оформлення.

За певними ознаками радіостанції поділяються на чотири типи: державні та недержавні; комерційні та некомерційні.

Державні – головною метою є задовільнити загальнонаціональні інтереси аудиторії, і розраховані на широкі верстви населення. Такі радіостанції можуть утримуватись частково або ж повністю за державним рахунком, або працювати за рахунок суспільства. Можуть отримувати кошти від підприємницької діяльності, спонсорства чи реклами що передбачено ст. 12 Закону України « Про телебачення та радіомовлення» [5]. Проте якість такого мовлення не залежить рекламодавців, тому таке партнерство можна назвати змушеним.

Недержавні – мета таких радіостанцій, насамперед, у тому щоб задовільнити культурні, соціальні чи релігійні інтереси слухача. Недержавні установи не обов'язково мають приватну форму власності, наприклад, громадське радіомовлення (грунтується на колективній формі). Деякі з недержавних радіостанцій відмовляються від реклами і є незалежними від реклами, але і ті, які використовують кошти, що надходять від реклами для додаткового фінансування.

Комерційне радіомовлення створюється з метою отримання прибутку від власної діяльності. Тобто, комерційна радіостанція з метою прибутку, в деяких випадках, може продавати свій ефірний час. Цінова політика якого залежить від розумного розташування реклами та знання цільової аудиторії. Саме цей показник є ефективною складовою медіабізнесу. Така форма будується на відомостях, що інформують людей та розширюють їхнє бачення.

Відмінність некомерційного від вище зазначених форм ґрунтується на тому, що комерційна форма власності не є для них – пріоритетною. Громадське радіомовлення – прямий вплив на людську свідомість, і формується заради того, щоб інформувати представників тих чи тих громад, організацій. Тому такі радіостанції не зобов'язані постійно вивчати цільову аудиторію чи проводити соціологічні дослідження, для зміни програмного продукту на відміну від комерційного мовлення, так як вони намагаються переконати людей витратити власні кошти на придбання того чи того товару. Отже, комерційні радіостанції орієнтуються на ту аудиторію, якою цікавляться самі рекламодавці, а некомерційні цікавляться тією аудиторією, яка має змогу утримувати діяльність радіостанції.

Типологію радіомовлення у своїх наукових дослідженнях використовували як українські, так і зарубіжні вчені. Їхні погляди відтворені в табл 1. Характерною відмінністю авторської програми на «локальних» (комерційних радіостанціях) від програм на «багатопрофільних» (державних радіостанціях) є те, що у першому випадку ведучий веде програму в прямому ефірі, без підготовки, тобто присутнє «живе» спілкування, де ведучий може дозволити собі жарти, сміх в розмові із слухачем. А ось у другому випадку, автор записує програму на відповідний, електронний носій.

Записуючи передачу, можна залишити деякі помилки чи випадково обмовитись, тим самим створюючи ілюзію прямого ефіру. Особлива відмінність «живої» та «записаної» передачі становить те, що у випадку запланованої програми неможна поговорити із слухачами, почути їхню думку, проте це завжди можна зробити після програми.

Хоча існує думка, що, майже непомітною, але все ж таки різницею між цими двома видами програм є ще й якість оформлення програми з технічної точки зору. «В записаній програмі, при відповідній майстерності ведучого, можна створити необтяжливу атмосферу експромту, але при цьому уникнути всіх можливих мовних або звукових помилок – гулу від мікрофону, незграбного руху гостя, який міг зачепити динамік тощо» [2].

Таблиця 1

## Систематизація типології радіомовлення

1	Л. Болотова	А. Бубукін	О. Гоян	В. Сухарєва
2	За формою власності: 1) державні; 2) недержавні (комерційні, приватні)	За формою власності: 1) державні; 2) напівдержавні та некомерційні; 3) комерційні	За формою власності: 1) державні; 2) недержавні (приватні або громадські); 3) комерційні; 4) некомерційні	За форматом: 1) CHR; 2) Hot AC; 3) AC; 4) Шансон та ін.
3	За змістово-тематичною спрямованістю: 1) інформаційні; 2) музичні; 3) інформаційно-музичні; 4) музично-розважальні	За типом мовлення: 1) музичні; 2) інформаційні; 3) інформаційно-музичні; 4) музично-інформаційні. За форматом: 1) Hot AC; 2) CHR; 3) AC та ін.	За типом і форматом мовлення: 1) розмовні; 2) розмовно-музичні; 3) музично-розмовні; 4) музичні	
4	За охопленням аудиторії: 1) загальнонаціональні; 2) регіональні; 3) локальні (місцеві)			За аудиторною ознакою: 1) загальноаудиторні; 2) адресно-сконцентровані.
5			За способом трансляції програмного продукту: 1) іноземного виробництва; 2) власного; 3) вітчизняного; 4) ретранслянт.	За підбором і побудовою новин: 1) користуються матеріалами власного кореспондента; 2) використовують повідомлення інформаційних агентств.

Досліджуючи особливості авторських програм, можна виділити кілька порад щодо підготовки та написання тематичних (авторських) радіопрограм:

1. Першим важливим і визначальним кроком в підготовці програм є вибір формату мовлення, та структура роботи колективу;

2. Потрібно орієнтуватись на тематичні особливості певних груп населення: віковою, соціальною ознаками;

3. Опитуючи слухачів, можна правильно та вдало обрати (або ж змінити) музичний репертуар для привертання уваги аудиторії чи створити певний продукт, ним може бути імідж ведучого, певні програми та навіть така деталь, як джингл;

4. Під час створення авторської програми, ведучому обирати тему, матеріали для випуску, написання тексту, відбір джинглу;

5. Професійна якість визначається попередньою підготовкою до програми: пошук матеріалів, технічною підготовкою тощо;

6. Під час вибору гостей для авторських програм, потрібно чітко розуміти, що не потрібно багато розмовляти з гостем до ефіру, це може спонукати його до «повторень» яких слухач не чув, не потрібно ставити питання, на які відповідь буде односкладна.

**Таким чином, проаналізувавши** поняття «авторська програма» та її особливості можна зробити такий висновок, що успіх авторських програм залежить від правильної побудови самої передачі, ведучого, тематики, жанрового та музичного наповнення. Виокремлено типологічні характеристики радіостанцій. Розвиток сучасного радіомовлення є досить перспективний і пов'язаний із новітніми технологіями: технологічним розвитком радіо, супутниковим та інтернет-радіомовленням, комунікативними особливостями радіоефіру. У процесі дослідження були застосовані: порівняльний і структурно-типологічний методи.

1. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2015. 232 с.
2. Цвик В. Л. Журналист с микрофоном. Москва 2010. 59 с.
3. Калущька М. І. Авторські проекти. URL: <http://bdpu.org/wp-content/uploads/2019/03/19.pdf> (дата звернення: 05.04.2020).
4. Моїсеев В. А. Журналистика та журналісти. Київ, 2002. 402 с.
5. Про телебачення та радіомовлення: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> (дата звернення: 07.04.2020).
6. Олейник В. П. Радиопублицистика. Проблемы теории и мастерства. Київ, 1978. 431 с.