

2. Гоян О. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту / О. Гоян. – К. : Веселка, 2004. – 245 с.
3. Радіожурналістика:учебник/подред.Шереля А. А. — М. : МГУ, 2000. – 480 с.
4. Радіо Люкс FM [Електронний ресурс] : [сайт]. – 2005. – Режим доступу до ресурсу : <http://lux.fm>.

**Медведєва Г. А.,**  
студентка,  
Запорізький національний  
технічний університет

### **АВТОРСЬКА КОНЦЕПЦІЯ КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКОЇ РАДІОПРОГРАМИ «INTRO»**

Незважаючи на вже традиційне для сучасного радіомовлення фонове сприйняття, журналісти прагнуть до створення цікавого за змістом і оригінального за формою авторського програмного продукту, який привертатиме увагу цільової аудиторії, сприятиме чіткій самоактуалізації та послідовній самореалізації автора. Саме авторська програма, на думку фахівців, підтверджує демократичність моделі журналістики будь-якої країни світу. Тому сучасне українське радіомовлення, зокрема культурно-просвітницьке, можна назвати авторським, оскільки саме авторський програмний продукт складає лівову частку його ефіру.

Особливої уваги на сучасному етапі розвитку журналістикознавства потребує вивчення специфіки створення авторських культурно-просвітницьких програм, що зумовлює *актуальність* наукового пошуку у цьому напрямку. До розгляду специфіки створення авторської радіопрограми зверталися такі вчені, як Т. В. Васильєва [1], Б. Д. Гаймакова [2], О. Я. Гоян [3], М. І. Калуцька [4], В. В. Лизанчук [5] та ін., які дослідили теоретичні та практичні аспекти радіожурналістики, окреслили типологічну структуру авторських радіопрограм та описали специфіку сучасного радіомовлення, визначили роль невербальних акустичних компонентів у творенні звукового образу.

Авторська програма – радіопередача, автор якої одночасно виступає в ролі її творця та ведучого, режисера, літературного та музичного редактора, коректора, а іноді і продюсера. Тобто автор радіопередачі повністю відповідальний за її виробництво: вигадує тему, пише текст, обирає музичний матеріал, обмірковує спеціальний джингл, іноді знаходить спонсорів. Відредагувати таку

Культурно-просвітницькі авторські програми в ефірі музично-інформаційного радіо представлені не надто широко. Це, насамперед, пов'язано з тим, що на сьогодні музика з одного з основних формотворчих засобів радіомовлення перетворилася на провідний виражальний елемент радіомовлення. За умов правильного музичного програмування радіожурналістам вдається донести слухачеві й інший продукт, безпосередньо з музикою не пов'язаний, але вкупі з нею відповідальний за гармонійність ефірної картини. Саме в межах цих умов автору необхідно вміло ідентифікувати себе, означивши свій власний імідж та загальний імідж радіопроеграми, перетворити ці компоненти на привабливий та цікавий для цільової аудиторії програмний продукт. Прикладом такого авторського радіопродукту є програма «INTRO».

«INTRO» – це щотижнева культурно-просвітницька авторська радіопроеграма Ганни Медведєвої. Слоган – «все, что было до». Виходить російською мовою. За форматом «INTRO» є серією програм, які пов'язані загальною ідеєю та концепцією. Автор представляє радіослухачам цикл передач із цікавими історіями із життя видатних людей, які вплинули на подальший розвиток їх творчості.

«INTRO» створює живий, модернізований контент на радіо. Цілі, які ставить перед собою автор радіопроеграми, – це інформування населення та його культурний розвиток. Функції, які виконує «INTRO», це – культурно-просвітницька, пізнавальна, інформаційна, інтегративна, виховна, естетична та розважальна.

Під час прослуховування програми у радіослухачів складаються певні уявлення про імідж ведучого. Ведучий «INTRO» – це людина, яка знається на музиці, літературі, кіно; яка розповість найцікавіші історії із життя людей, пов'язаних із мистецтвом. Аудиторія слухачів – це люди віком від 14 до 65 років. Це обумовлено тим, що саме у даному віці найліпше сприймаються теми програм.

На початок 2017 року вийшло 4 серії програми «INTRO» по 6 хвилин. За структурою кожна із серій культурно-просвітницької радіопроеграми чітко поділена на джінгл, підложку, основну частину (тобто розповідь про видатну особу), пісню та завершення. Наприклад, у другій серії «INTRO» розповідається про «творчу шизофренію» Вінсента Ван Гога, про його творчість як величній прояв у мистецтві кінця XIX століття, робиться наголос на феномені визнання праць художника тільки після його смерті. Джінгл: «INTRO – все, что было до». У якості підложки в цій серії використовуємо «Echo Of The Galaxy» Dj Roman LaCosta.

програму та вирішити, випустити її в ефір чи ні, може тільки головний редактор або програмний директор.

Культурно-просвітницькі авторські програми в ефірі музично-інформаційного радіо представлені не надто широко. Це, насамперед, пов'язано з тим, що на сьогодні музика з одного з основних формотворчих засобів радіомовлення перетворилася на провідний виражальний елемент радіомовлення. За умов правильного музичного програмування радіожурналістам вдається донести слухачеві й інший продукт, безпосередньо з музикою не пов'язаний, але вкупі з нею відповідальний за гармонійність ефірної картини. Саме в межах цих умов автору необхідно вміло ідентифікувати себе, означивши свій власний імідж та загальний імідж радіопрограми, перетворити ці компоненти на привабливий та цікавий для цільової аудиторії програмний продукт. Прикладом такого авторського радіопродукту є програма «INTRO».

«INTRO» – це щотижнева культурно-просвітницька авторська радіопрограма Ганни Медведевої. Слоган – «все, что было до». Виходить російською мовою. За форматом «INTRO» є серією програм, які пов'язані загальною ідеєю та концепцією. Автор представляє радіослухачам цикл передач із цікавими історіями із життя видатних людей, які вплинули на подальший розвиток їх творчості.

«INTRO» створює живий, модернізований контент на радіо. Цілі, які ставить перед собою автор радіопрограми, – це інформування населення та його культурний розвиток. Функції, які виконує «INTRO», це – культурно-просвітницька, пізнавальна, інформаційна, інтегративна, виховна, естетична та розважальна.

Під час прослуховування програми у радіослухачів складаються певні уявлення про імідж ведучого. Ведучий «INTRO» – це людина, яка знається на музиці, літературі, кіно; яка розповість найцікавіші історії із життя людей, пов'язаних із мистецтвом. Аудиторія слухачів – це люди віком від 14 до 65 років. Це обумовлено тим, що саме у даному віці найліпше сприймаються теми програм.

На початок 2017 року вийшло 4 серії програми «INTRO» по 6 хвилин. За структурою кожна із серій культурно-просвітницької радіопрограми чітко поділена на джінгл, підложку, основну частину (тобто розповідь про видатну особу), пісню та завершення. Наприклад, у другій серії «INTRO» розповідається про «творчу шизофренію» Вінсента Ван Гога, про його творчість як величній прояв у мистецтві кінця XIX століття, робиться наголос на феномені визнання праць художника тільки після його смерті.

Джингл: «INTRO – все, что было до». У якості підложки в цій серії використовуємо «Echo Of The Galaxy» Dj Roman LaCosta. Підбір такого треку не випадковий: мелодія поєднує у собі звуки скрипки, фортепіано, оркестру, сучасний біт та звуки космосу. Таке музичне поєднання має намір викликати у радіослухачів асоціативний ряд із творчістю Ван Гога, його неординарністю та унікальністю.

Закінчується друга серія піснею гурту «Athlete» під назвою «Chances». Цей трек повністю відбиває настрій історії, поєднує піднесені та спокійні мотиви – так само, як і життєвий шлях Вінсента Ван Гога. Також наприкінці обов'язковою є відбивка, нагадування слухачам про автора та програму: «До зустрічі в наступній судьбі. Анна Медведева, програма «INTRO».

У «Intro» особливе значення мають шуми (звукові картини дійсності), які використовує автор. Вони мають змістове та сюжетне навантаження, допомагають створити правдиву та образну картину дійсності. Наприклад, звук олівця на папері, натовпу, розбитого скла та навіть шепіт шизофреніків. Шуми у програмі не просто служать звуковим тлом передачі, її акустичною ілюстрацією, а й містять у собі певну інформацію, дають змогу уникнути довгих описів, економлять ефірний час, надають радіопостановці більшої переконливості, вносять в контекст додаткове змістове навантаження, посилюють емоційний вплив, тобто, виконують роль звукової метафори.

Весь комплекс виражальних засобів програми гармонійно комбінується за допомогою монтажу, який вважається одним із головних стилістичних та технічних засобів вираження. Автор з'єднує (збирає) в певній послідовності записані раніше різні звукові фрагменти (мова, шуми, музика) у цілісну звукову композицію; редагує, скорочує синхронні мовні фонограми та інші елементи звукового супроводу. Саме монтаж є основою для створення звукового образу. Адже під час складання всіх елементів цієї програми використовується різна сила звучання, паузи, різноманітні виражальні засоби, визначається тривалість звучання музики, шумів чи тексту. Тому монтаж залежить, у першу чергу, від замислу творця авторської програми. Технічною базою для цього є програми «Sound Forge» та «Sony Vegas Pro».

Отже, культурно-просвітницька радіопрограма «INTRO» належить до словесно-звукового мистецтва. У програмі автор розповідає про видатних людей. Ці історії з використанням творчих прийомів і технічних засобів радіомовлення набувають нових художньо-образних якостей і нових особливостей естетичного впливу. У основі кожного випуску – культурно-просвітницька те-

матика, що може, на думку автора, суттєво вплинути на світогляд слухачів.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильева Т. В. Радиожурналистика – проблемы «живого» вещания / Т. В. Васильева // Вестник Ленинградского университета. – Сер. 2. : История, языкознание, литература. – 1987. – № 4. – С. 37–45.
2. Гаймакова Б. Д. Мастерство эфирного выступления : учебн. пособие / Б. Гаймакова, С. Макарова, В. Новикова и др. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 283 с.
3. Гоян О. Я. Основы радиожурналистики і радіоменеджменту / О. Я. Гоян. – К. : Веселка, 2004. – 245 с.
4. Калущая М. И. Авторские проекты [Электронный ресурс] / М. И. Калущая. – Режим доступа : // [http:// www.journalism/o\\_object92813.html](http://www.journalism/o_object92813.html)
5. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування : підручник / В. В. Лизанчук. – Львів : ПАІС, 2000. – 366 с.

**Росік Л. Б.,**  
студентка,  
Національний авіаційний  
університет (м. Київ)

### РОЛЬ ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛІВ У ФОРМУВАННІ ОСОБИСТОСТІ

Від своєї появи жіночі видання як частина масової періодики були орієнтовані на гендерну ідентифікацію жіноцтва. Фактично вони стали якісним показником трансформації ролі жінки у соціумі в часовому вимірі, сприяли визначенню її гендерної ментально-поведінкової моделі.

Перші зразки видань для жінок та жіночі сторінки у загальній періодиці редагувалися чоловіками. Так, під керівництвом галицького журналіста та письменника Северина Шеховича виходять у світ тижневик «Лада» (1853 р.) і двотижневик «Русалка» (1868–1870 рр.). На сторінках зазначених видань жіночі інтереси перебували поза увагою суспільства, адже тематика журналів обмежувалася усталеним німецьким висловом «Kinder, Küche, Kirche» (діти, кухня, церква). Жінка з точки зору чоловіка-редактора розглядалася винятково як порядна дружина, матір та господиня – вона мала бути аполітичною та не брати активну участь у громадському житті. Така тематична спрямованість журналь-