

ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ

Составлен в соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по указанным направлениям и Положением «Об УМКД РАУ».



Институт Медиа, Рекламы и Кино *Название факультета*
Кафедра: журналистики
Название кафедры

Автор(ы): Акопян Т. Г.

Рабочая программа

Дисциплина: Б1.В.05 Основы теле- и радиожурналистики
(радиожурналистика)

Бакалавриат:

Направление: 42.03.02 Журналистика

ЕРЕВАН

Аннотация.

Курс «Основы радиожурналистики» знакомит студентов с комплексом теоретического материала об избранной ими специальности. Изучаются специфические особенности и общественные функции радиовещания, его место в системе средств массовой информации, структура выразительных средств, жанры и формы радиовещательных программ, вопросы методики работы радиожурналиста как в прямом эфире, так и при подготовке передач в звукозаписи.

Выписка из государственного образовательного стандарта ВО по минимальным требованиям к дисциплине:

Понимать природу современного информационного общества. Знать основы теории коммуникации, специфику радиожурналистики, ее функции и принципы, особенности массовой информации.

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления).

Требования к исходным уровням знаний и умений студентов для прохождения дисциплины. Студенты должны иметь первичные представления о радиожурналистике как социальном институте, знать закономерности функционирования радиожурналистики.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-4, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК- 6, ОПК-7, ПК-2, ПК-7, ПК-8, ПК-10

3.1. Цели и задачи дисциплины

Познакомить студентов со спецификой радиожурналистики, историей возникновения и развитием мирового радиовещания, подробнее ознакомить с периодами становления армянского радио. Изучить жанры радиовещания, познакомиться с творческим процессом создания передачи, познакомить с системой управления радиокompанией, изучить теоретические проблемы современной радиожурналистики.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате изучения базового курса студент должен:

Знать специфику радиожурналистики как социального института, ее основные понятия, функции, особенности радиожурналистики, закономерности функционирования радиожурналистики в современном обществе.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Виды занятий	Всего часов	Количество часов по семестрам							
		1 сем.	2 сем.	3 сем.	4 сем.	5 сем.	6 сем.	7 сем.	8 сем.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	144				144				
а) Аудиторные занятия, в т. ч.:	72				72				
▪ Лекции	36				36				
▪ Практические занятия, в т. ч.	36				36				
○ Обсуждение прикладных проектов									
○ Кейсы									
○ Деловые игры, тренинги									
▪ Семинары									
▪ Лабораторные работы									
▪ Другие виды аудиторных занятий									
б) Самостоятельная работа	72				72				
2. Контрольная работа									
3. Письменные домашние задания									
4. Курсовая работа									
5. Эссе									
6. Расчетно-графические работы									
7. Другие методы и формы занятий **									
Форма итогового контроля:	Зачет				Зачет				

Содержание дисциплины

Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего часов	Лекции, часов	Практ. занятия, часов	Семинары, часов	Лабор. часов	Другие виды занятий, часов
1	2	3	4	5	6	7
1. ОСОБЕННОСТИ РАДИО КАК СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ		7	7			
2. ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ		7	7			
3. РАБОТА РАДИОЖУРНАЛИСТА. ОСНОВЫ МЕТОДИКИ		7	7			
4. РАДИОАУДИТОРИЯ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ		7	7			
5. Разбор и анализ эффективности проделанной редакционной работы		8	8			
ИТОГО		36	36			

Форма 2. Содержание разделов и тем дисциплины

Модуль 1.

Введение в дисциплину.

Предмет и задачи курса.

Понятийный аппарат курса.

Предметом теории радиожурналистики являются фундаментальные явления и понятия, определяющие роль и назначение радиожурналистики в обществе, ее взаимоотношения с культурой, системой власти и отдельным человеком; основы эффективной радиожурналистской деятельности. Основные понятия радиожурналистики: особенности радио как средства массовой информации.

Раздел 1. ОСОБЕННОСТИ РАДИО КАК СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Тема 1. Радиовещание в системе современных каналов коммуникации

Каким же образом радио удастся сохранить свою привлекательность в действительно очень трудных для него условиях жесточайшей конкурентной борьбы за внимание аудитории? Здесь правомерно выделить три природных свойства радиовещания, обуславливающих его жизнеспособность.

1. В структуре современных СМИ радио остается наиболее оперативным. Ни телевидение, ни кинематограф даже на рубеже XXI века не обладают техникой, позволяющей без предварительной подготовки выходить в эфир из любой точки земного шара с рассказом о событии и явлении любого характера уже в момент начала этого события. Соответственно это обстоятельство облегчает приглашение к микрофону в качестве комментаторов наиболее актуальных и социально значимых фактов и явлений представителей общественности, государственных деятелей, авторитетных людей во всех областях знаний и, конечно же, самих участников событий. Во всем этом, как показывает мировая практика вещания, включая и российскую, радио уверенно опережает и прессу, и телевидение.

2. Из всех СМИ радио является самым удобным («неприхотливым», «комфортным») для восприятия аудиторией. Слушание радио, как правило, не требует отказа от повседневных дел, его можно совместить и с производственной занятостью, и с бытовыми реалиями (уборкой квартиры, хозяйственными делами и т.п.). Колоссальную часть аудитории радио во всех направлениях вещания – от музыкальных программ, новостных выпусков до передач литературно-драматических композиций и «радиокниг» – составляют автомобилисты за рулем и их пассажиры. Более того, разнообразие интересов именно этой части аудитории стимулировало значительное расширение жанрово-тематических параметров вещания (что в свою очередь способствовало увеличению числа современных форматов радиостанций, а также увеличению количества самих станций, более четкой их адресной и содержательной направленности и дифференциации).

3. Радиовещание оказывает несомненное психологическое влияние на людей. В системе СМИ радио, ориентированное прежде всего на слуховое восприятие, воздействует более других на воображение человека. На это обращают внимание многие современные физиологи вслед за великими русскими учеными И.М. Сеченовым и И. П. Павловым. Еще до появления радио было доказано, что человек в меру своих возможностей и развития ассоциативного мышления пытается перевести звуковые впечатления в зрительные. Процесс этот неизбежен, он не зависит от

желания человека, ибо выражает объективную закономерность природы восприятия окружающего мира.

Радио возбуждает фантазию, стимулирует чувства и тем самым дает работу и мышлению, и неосозанным эмоциям. Иначе говоря, оно помогает человеку выйти из той эмоциональной «стабильности», в которую приводят его бесконечно повторяющиеся, постоянно дублирующие друг друга служебные, рабочие и бытовые обстоятельства, условия среды, регламентирующие развитие личности.

Радио высвобождает воображение и определенным образом компенсирует тот эмоциональный и мыслительный застой, те навыки автоматизма в поведении и реакциях, которые выработаны привычным жизненным опытом.

К этому следует добавить и повторяемость всевозможных стрессов, которые человек получает на работе, в быту, в обстоятельствах жизни большого города. Эти стрессы, как утверждают психологи, также полностью подчиняют себе мышление и эмоции.

Что же происходит с индивидуумом?

До предела «загруженный» проблемами напряженного производственного дня, окунувшись в агрессивную по отношению к отдельной личности общественную среду в дороге, человек и дома не всегда может избежать разнообразных хлопот и тревог. Наконец вечером он садится к телевизору и... получает с огромной экспрессией отобранные и продемонстрированные слепки (копии, аналоги) тех самых стрессовых фактов, ситуаций и обстоятельств, которые сопровождали его в течение дня. Причем получает он их с высокой точностью и большой выразительностью: в цвете, со стереофоническим звуком, в быстром клиповом ритме, а в перспективе – и в объемном (стереоскопическом) изображении. Восприятие такого человека оказывается явно перегруженным, фантазия – задавленной, воображение – отключенным. Между тем нормальный организм требует эмоционального равновесия, которое в определенной мере и способно создать прослушивание радиопередач. Социопсихологи утверждают, что даже самая трагическая информация воспринимается с меньшим нервным напряжением по радио, чем с экрана телевизора, ибо в этом случае срабатывает механизм психологической защиты, который есть у каждого индивидуума.

Таковы основные свойства радио, позволяющие ему успешно взаимодействовать (при хорошем организационном уровне) с телевидением, сохраняя при этом неповторимые методы и формы воздействия на аудиторию, а также интерес слушателей.

Тема 1.2. Функции радиовещания

Многочисленные функции радиовещания правомерно сгруппировать следующим образом.

I. Информационные: собственно информационная функция, рекламная.

II. Обеспечивающие социальное управление обществом: интегративная функция, функция выражения и формирования общественного мнения, общения, воспитательная, агитационно-пропагандистская, организаторская.

III. Культурно-просветительские: эстетическая, просветительская, функция развлечения – рекреативная.

I. Информационные функции. Радио распространяет информацию полнее, быстрее, достовернее и эмоциональнее других СМИ. Из общетеоретических курсов по журналистике известно разнообразие толкований понятия «информация». Здесь мы употребляем этот термин в самом узком и конкретном смысле: осведомление людей о событиях в стране и мире, рассказ о новостях. Лишь в этом значении можно выделить **собственно информационную** функцию радио, поскольку информацией в широком плане является и трансляция театрального спектакля. Попадая в контекст радиопрограммы, любая передача обретает дополнительную информационную окраску благодаря взаимосвязи с другими элементами программы и событиями дня.

Регулярное получение социальной информации стало для человека необходимым условием полноценного участия его в современной жизни. Информационные выпуски, состоящие из репортажей и устных сообщений о том, что произошло в последние часы в мире или в том регионе, на который вещает данная станция, составляют опорные точки ежедневной сетки вещания. Все остальные радиопередачи располагаются в интервалах между выпусками новостей. Сдвиг выпуска новостей с традиционного места и времени в эфире – событие чрезвычайное, но характерное для переустройства системы массового вещания в конце XX века.

Иногда в выпуски новостей включается прямой репортаж с места события, но это происходит лишь тогда, когда это событие совпадает по времени с выходом в эфир новостей и если каждый момент его достаточно динамичен, красноречив, достоин рассказа (например, Олимпийские игры).

Для удовлетворения потребности людей получать оперативную информацию в концентрированном виде применяются все новые формы ее подачи – «заголовки новостей» перед основным выпуском и после него, сверхкраткие выпуски между другими передачами.

В выпусках новостей принято сначала сообщать о наиболее существенных фактах из сферы политики, а также о событиях, резко отличных от обычного, нормального течения жизни. И уже затем идут новости из области медицины, культуры, науки. Особое место занимают новости спорта. Всегда привлекательны также события вечно длящегося противостояния человека и природы: восхождения, перелеты, глубинные погружения, походы через пустыни, к полюсу. Некоторые радиостанции организуют выпуски биржевых новостей, а также новостей моды (модной одежды, модного стиля в оформлении жилищ и т.п.).

Радионовости называют «секундной стрелкой истории». Работа этой «стрелки», особенно в горячие часы истории, во многом определяет эффективность радиовещания и общественную потребность в нем.

Рекламная функция радио близка к собственно информационной, но содержит в себе столько специфических особенностей (в целеполагании, стилистике), что ее справедливо выделяют как самостоятельную. Реклама нужна: она помогает ориентироваться слушателю в быстро меняющемся сложном мире товаров, услуг, идей, ценностей, дает возможность полезного выбора, принятия разумных решений. Реклама требует от радиожурналиста профессионализма, специальных знаний, способностей и навыков.

Средства, полученные от рекламы, помогают функционированию вещательных редакций (станций, программ, рубрик). Для многих негосударственных станций она является главным источником дохода.

Существует мнение, что рекламная функция появилась только в последнее десятилетие XX века. Однако это не так. Реклама зазвучала в эфире еще с середины 20-х годов. Нарботан интересный опыт, который заслуживает специального изучения. В начале 30-х годов реклама из радиопрограмм исчезла: не вписалась в идеологическую концепцию КПСС. В дальнейшем (особенно в региональном вещании) появлялись разного рода объявления, но традиция радиорекламы прервалась. Поэтому реклама, особенно в нынешнем ее объеме и виде, и представляется явлением принципиально новым.

Радиореклама, начавшись практически с нуля, к середине 90-х годов буквально захлестнула эфир. Происходит экспансия рекламы как элемента дикого рынка. Сразу обнаружилось множество дисфункциональных моментов: отсутствие четких законодательных норм относительно финансовых вопросов, содержания, качества и количества эфирной рекламы, а также правил и норм размещения ее в программах. Появилась проблема скрытой рекламы.

II. Функции, обеспечивающие социальное управление обществом. Радио, обладающее уникальными возможностями воздействия на население страны, вполне естественно используется весьма активно как инструмент социального управления обществом. Здесь важно отметить, что речь идет не только и не столько о регулировании общественного поведения сотен тысяч и миллионов граждан и, конечно, не только о возможности радио стимулировать тот или иной поступок людей (например, выйти или нет на демонстрацию или на субботник, заняться тем или иным видом благотворительных работ и т.д. и т.п.), – речь идет о воздействии на *глубинные* процессы развития общества, именно на те факторы, которые обеспечивают стабильное развитие всей существующей общественной и государственной системы в целом.

В работе по социальному управлению радиовещание имеет несколько функций.

Интегративная (консолидирующая, объединяющая) **функция.** Как известно, журналистика работает или на разрыв конкретного социального организма, или на его преобразование, укрепление. Эти позиции осознанно или неосознанно отражаются в программах радиовещания. В идеале деятельность СМИ должна укреплять общество, семью, а значит, и государственный строй, поддерживать принятую в обществе систему ценностей и уровень культуры, воспитывать личность. Радио по природе своей обладает огромными интеграционными возможностями.

Уже сам факт регулярного и одновременного прослушивания программы разными людьми свидетельствует об их определенной общности, но вещатель должен сознательно работать на ее укрепление. Доминанта вещания – выявление общих для аудитории (общечеловеческих, общенациональных, общеевропейских, общегородских и т.п.) ценностей, обсуждение путей решения общих проблем и противодействие деструктивным, опасным для общества тенденциям.

Интегративная функция радио решается всеми разделами вещания (публицистика, искусство, спорт, развлечения). Она как бы накладывается на другие функции, частично совпадая с информационной, культурно-просветительской, организаторской, образовательной и другими функциями. Для журналиста, осознанно реализующего интегративную функцию радио, первейшим качеством можно назвать умение объединять в подходе к материалу потребности общества с заботами отдельного человека у радиодинамика.

Функция выражения и формирования общественного мнения. Ее роль определена возрастанием значения общественного мнения в жизни общества и самой природой вещания, органически связанной с этим феноменом. Среди форм и механизмов проявления общественного мнения следует назвать выборы и референдумы. Во времена политических перемен редакции радиовещания не остаются в стороне от этих событий. А возможности радио в разъяснении смысла, целей и задач подобных акций велики.

Известно, что общественное мнение формируется тогда, когда общество хорошо информировано. Необходимо обеспечивать общество достаточным объемом информации, доступной и понятной массовому сознанию, представлять набор фактов, аргументов и контраргументов. Важно отражать полный спектр, широкий диапазон реальных мнений, существующих в данный момент в обществе (аудитории). К сожалению, эта, казалось бы, очевидная задача очень часто не выполняется (или даже не ставится и не осознается) на практике.

Общественное мнение связано с дискуссионными ситуациями, коллизиями и проблемами. Нет необходимости доказывать, что уровень дискуссионности в нашем обществе за последнее время возрос многократно. Радио отражает эту ситуацию не только содержанием передач, но и выбором форм и жанров. Обсуждение социальных проблем в различных видах и формах занимает значительное место в программах радиостанций всех уровней. Тут и полемика, и дискуссии, и диспуты, и «круглые столы» с привлечением аудитории к прямому эфиру. В жизни постоянно происходит столкновение мнений, позиций, порой резких, непримиримых. Одно из правил СМИ в цивилизованном мире – переводить конфликты в план дискуссий, искать точки соприкосновения, общие интересы. Открытый диспут в эфире позволяет слушателям выяснить позиции, точки зрения из первоисточников, сравнить их, узнать сильные и слабые стороны. Возникает возможность взять ситуацию под своевременный общественный контроль, вывести ее из-за кулис. Кроме того, микрофон, профессиональная работа журналистов, присутствие огромной аудитории радиослушателей требуют от диспутантов соответствующего уровня обсуждения. Радио и другие СМИ выступают своего рода школой для политиков и аудитории.

В деятельности радио заметно повысилась роль социологии, изучающей общественное мнение. Результаты социологических исследований доводятся до сведения слушателей в виде комментариев, бесед и т.д. Ряд передач строится на выяснении мнения слушателей (с помощью писем, телефонных звонков)

относительно отдельных проблем, музыкальных групп, исполнителей, песен. Нередким стало появление у микрофона социологов в качестве ведущих, участников дискуссий, комментаторов – часто в режиме прямого эфира с включением телефонного диалога с аудиторией.

Радиожурналисты освоили некоторые социологические методы, например панельное интервью, когда один и тот же вопрос задается людям (респондентам) на улицах, площадях, (иногда с выходом в прямой эфир). Таким образом собираются пробы, образцы мнений по актуальным проблемам, которые дают представление об общественном настроении и являются ярким, эмоциональным элементом передач.

К указанной функции формирования общественного мнения примыкает очень важная функция – **функция общения**. Возможность радиовещания осуществлять социальное речевое опосредованное общение всегда высоко оценивалась слушателями. В общем жизненном опыте человека все большее место занимает не личный опыт, а «опыт других», т.е. опосредованный, приобретенный, в частности из СМИ. Такой вид общения имеет свои положительные и отрицательные стороны, которые зависят от мировоззренческой и идеологической установок, вещательной политики редакций и профессионального мастерства журналистов. Функция общения приобретает особенно большое значение в период дезинтеграции общества.

Радио в какой-то мере поддерживает разорванные человеческие связи. В них нуждаются миллионы соотечественников, оказавшихся вдали от этнической родины, в странах так называемого «ближнего зарубежья». Многие из них находятся в условиях информационной блокады. Необходима тщательно продуманная вещательная политика на эту многомиллионную русскоязычную аудиторию.

Актуальна проблема общения и для старших возрастных групп аудитории. Разрыв общественных и межличностных связей наиболее остро переживается ветеранами, которым трудно адаптироваться к новым условиям жизни.

Для современного радиовещания в его функции общения характерны две взаимосвязанные черты: усиление личностного начала и прямой эфир. Большинство программ радио первоначально ориентировано на конкретных ведущих (ведущий и автор обычно выступают в одном лице). Сегодня радиослушатели нередко обращаются не в редакцию, а к конкретному человеку, которого привыкли слышать в эфире. Он как бы входит в круг их знакомых, в число тех, с кем им привычно общаться. Прямой эфир – один из способов

реализации личности журналиста, способ прямого диалога со слушателем. Последний перестает быть абстрактным слушателем и обретает лицо конкретного человека. Общение происходит обычно по телефону, что, однако, доступно не всем слушателям. Об этом ограничителе прямого эфира не следует забывать и уж во всяком случае, не делать, как это иногда бывает, на основе нескольких звонков далеко идущих выводов. Известна и такая форма общения, как обмен мнениями, информацией, впечатлениями различных групп, разделенных огромными расстояниями. Ныне это называется «радиомостами», раньше – «радиоперекличками».

Радио имеет возможность формировать образцы общения выбором собеседников (выдающиеся личности, авторитетные специалисты), уровнем обсуждения проблем, манерой вести разговор, реагировать на собеседника, качеством звучащей речи. Но современный эфир изобилует и примерами иного порядка – дисфункциональными. Личность ведущего и установки редакции нередко не соответствуют требованиям грамотного, культурного эфирного диалога. Иногда журналисты перенимают тон, стиль, лексику общения люмпенизированных, а то и криминальных групп. Грешат этим многие ведущие молодежных музыкальных программ, особенно на коммерческих радиостанциях. Подобный стиль общения, к сожалению, переходит и в государственное вещание, и тогда возникает очередной «эффект бумеранга»: радио само дурно воспитывает аудиторию.

Воспитательная функция радио реализуется при осуществлении ряда других; воспитательную нагрузку в той или иной мере несут многие передачи, программы, рубрики. Это связано с природой самого воспитания – сложного, многостороннего процесса. В течение многих лет радио вносило свой вклад в воспитание личности, отвечающей потребностям определенного государственного строя, системе власти и идеологии. Существовала система ценностей, которая лежала в основе процесса воспитания. Резкий социальный слом поставил сложные проблемы перед воспитательным процессом в целом (и, очевидно, на продолжительный период). Появились передачи, объясняющие суть общечеловеческих ценностей, их происхождение, роль и место в современном мире. Во многих передачах на другие темы присутствует ссылка на этот нравственный комплекс, апелляция к нему как к основной шкале оценки поступков и поведения людей. В идеале именно таким образом и осуществляется воспитательная функция.

Перечисление функций радиовещания, связанных с обеспечением социального управления обществом, целесообразно завершить рассмотрением **агитационно-пропагандистской и организаторской функций**. О них правомерно говорить, когда перед радиовещанием встают частные конкретные задачи политического, хозяйственного или культурного характера. Например, данные функции реализуются при обращении по радио к населению с призывом прийти к определенному пункту, чтобы выступить в защиту органов власти или конкретных объектов; при проведении специальных акций совместно с другими организациями и структурами, при организации радиомарафонов с целью сбора средств для благотворительных целей; при регулировании автомобильных потоков в городе и т.д.

III. Культурно-просветительские функции. Решая многообразные культурно-просветительские задачи, радиовещание выполняет в комплексе сразу несколько функций. Рассмотрим наиболее важные из них.

Эстетическая функция. Можно выделить три аспекта ее существования в современном массовом вещании.

1. Прежде всего, это эстетика лучших образцов радиожурналистики (разумеется, в том случае, если они соответствуют высоким критериям и специфике радио как средства массовой информации и инструмента культуры). К ней относятся яркая образная речь, психологическая острота диалогов, выражающих различные точки зрения, многообразие мышления, логику идей; четко выстроенная звуковая картина событий, позволяющая слушателю в своем воображении представить их в мельчайших деталях, и возникающий вследствие этого эффект присутствия; элегантность композиции всей передачи и ее отдельных фрагментов; убедительность «монтажных» переключений внимания аудитории, которые уже сами по себе способны вызывать своеобразный виток ассоциаций; логичное (не формальное, а продиктованное внутренней логикой рассказа) сочетание слова, музыки и шумов. С помощью данного арсенала средств и звукового образа события, явления или человека, радиожурналист может воссоздать у слушателя требуемое представление и вызвать чувственную оценку любого события: от самого грандиозного по масштабам до самого тонкого и на первый взгляд малозаметного.

Художественные и структурные возможности современного радиовещания бесконечно разнообразны. Своеобразие радио как вида творческой деятельности

заключается в том, что, обладая достаточно скромным арсеналом выразительных средств, радиожурналист имеет в своем распоряжении практически неограниченное число сочетаний этих выразительных средств, позволяющих в конкретных чувственных формах воссоздавать у микрофона и в эфире бесконечные по сложности факты, события и обстоятельства общественного бытия и частной жизни человека.

В современном вещании равные по значимости места занимают и непосредственное вещание (его называют «живой эфир», «прямой эфир»), и фиксированное (передача, предварительно записанная на пленку или другой звуконоситель). Эстетика массового вещания развивается в соответствии с эволюцией этих двух направлений. В последующих главах, говоря о методике работы радиожурналиста, мы остановимся на этом подробнее.

2. Радио с момента своего рождения транслирует в эфире произведения разных видов искусств: музыки, театра, литературы. В практике вещания накоплен уникальный опыт аудиоадаптации художественных произведений разных жанров, видов и форм, позволяющей с тонкими подробностями доносить до слушателя идеи и художественные особенности первоисточника. В то же время радио научилось на основе литературных, музыкальных и театральных сочинений создавать аудиопроизведения, представляющие собой некую новую художественную реальность, имеющую самостоятельную духовную и эстетически-технологическую ценность.

3. Свои оригинальные образцы аудиокультуры радио вырабатывало в течение многих десятилетий и достигло в этом больших успехов. Практически нет ни одного вида или жанра литературы, театра, музыкального театра, который не имел бы интересного аналога в искусстве незримой радиосцены. Радиопэмы и оратории, фельетоны и очерки, оригинальные радиопьесы всех жанровых направлений, трагедии, психологические драмы, комедии, фарсы, радиоцирк и радиооперетта и даже радиобалет как жанр с весьма определенными эстетическими критериями с большим трудом, но утвердились в эфире. К этому вполне естественно прибавить «устные радиомемуары» и «звуковые книги».

Функция просвещения была особенно важна для страны с огромной территорией, слабыми коммуникациями и первоначально низким образовательным уровнем населения. Сегодня функция просвещения, конечно, видоизменилась, обрела новую конкретику, но познавательные потребности и интересы аудитории, которым и призвано отвечать радиовещание, будут существовать всегда.

Функция развлечения (рекреативная функция) естественна для радио, так как оно не может не откликаться на стремление человека к отдыху, разнообразным интеллектуальным играм и развлечениям, которые должны заполнить время, свободное от работы или учебы. Большинство развлекательных, или рекреативных, радиопрограмм находится, как правило, за пределами журналистики. Тем не менее, документальная радиодрама, познавательные радиооткрытки и подобные им передачи, граничащие с публицистикой, несут в себе заряд не только познавательный, но и чисто развлекательный. Не случайно на заре отечественного вещания среди других предназначений в нем видели и «средство для культурного развлечения трудовых масс», а потому в структуру радиогозет непременно включались веселые викторины, частушки, различные музыкальные номера, лишенные жесткой идейно-пропагандистской направленности.

Сегодня многие коммерческие станции привлекают слушателей именно развлекательными программами. Сформировав таким образом свою постоянную аудиторию, можно увереннее вводить в сетку вещания информационные и рекламные выпуски. Но развлекательность (она же привлекательность) должна в принципе присутствовать в большинстве передач – вопрос в художественном уровне, во вкусе и такте при подборе художественного материала. Развлекательным целям более всего отвечают музыкальные подборки, не требующие от слушателя ни сосредоточенного внимания, ни глубокого сопереживания. Обычно это фоновая музыка, создающая определенное настроение.

Другая группа развлекательных передач связана с игровыми формами: конкурсами, соревнованиями, викторинами, выиграв которые слушатель может получить, как правило, не только эмоциональное удовлетворение, но и материальный приз. Причем чем крупнее станция, тем выше стоимость этого приза, вплоть до автомобиля, дорогой туристической поездки, бесплатной путевки в модный респектабельный круиз и т.п.

Подборки занимательных фактов, веселых исторических анекдотов составляют еще одну группу развлекательно-познавательных передач, постоянно существующую в эфире многих станций.

Как известно, юмор – обязательное свойство ведущего развлекательных программ. К сожалению, стремление быть абсолютно раскованным в эфире очень часто приводит к нежелательному, негативному результату: свобода выражений граничит с грубостью, свобода интонаций превращается в хамство, а желание элегантно пошутить – в малограмотную бестактность по отношению или к объекту

шутки, или к самой аудитории. Здесь главное – культурный уровень личности работника эфира.

Слово «рекреация» происходит от лат. *recreatio* (букв. «восстановление») и означает «отдых, восстановление сил человека, израсходованных во время работы». Отдых для каждого человека – вещь сугубо индивидуальная, требующая бесконечного разнообразия форм, способов, методов, условий и обстоятельств. Столь же разнообразными должны быть и развлекательные программы, если их авторы и участники хотят привлечь как можно больше слушателей.

Литература: Шерел, радиожурналистика (глава 2).

Раздел 2. ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ

Тема 2.1. Формообразующие средства радиожурналистики

Слово (человеческая речь). В работе со словом перед журналистом возникают сразу три задачи.

Первая – слова должны точно описывать событие, которое является объектом журналистского внимания, достоверно передавать его атмосферу.

Вторая задача журналиста – найти наиболее точную интонацию, которая часто несет ничуть не меньше информации, чем само содержание материала. Бернард Шоу когда-то заметил, что есть только один способ написать слово «да» или слово «нет», но есть 50 вариантов их произношения, причем часто с прямо противоположным значением.

Говоря о звуковом языке и огромной роли интонации, выдающийся русский философ А.Ф. Лосев указывал, что интонация и экспрессия как приемы лексического общения возникают одновременно со словом и что вне интонации любое слово просто не имеет смысла.

Слово, устное или письменное, если оно несет значительный смысл, может (с учетом особенностей и приемов использования того и другого) эффективно воздействовать на воображение человека в понятийной форме, минуя зрительные ассоциации, т.е. не нуждаясь в «подкреплении» визуальным рядом. Большая часть материала радиожурналистики, особенно в информационной сфере, доходит до аудитории именно таким образом.

Третья задача, которая стоит перед журналистом в работе над словом, – поиск логических и экспрессивных акцентов (ударений).

Эффект вовлеченности слушателей в передачу опытные журналисты создают, приближая ее к естественному речевому общению людей. Одна из основных форм

устной речи – диалог, т.е. разговор двух или нескольких лиц, обменивающихся информацией или занятых коллективными поисками решения какой-либо проблемы. *Диалогичность* свойственна многим материалам радио, она вытекает из его акустической природы, хотя и имеет некоторые особенности. Ее своеобразие определяется тем, что собеседники разделены пространством, между говорящим и слушающим, как правило, отсутствует непосредственная связь. Однако журналист у микрофона всегда обращается к слушателю, предполагая в нем собеседника, активного участника двустороннего контакта, как бы предугадывая его реакции, ход мысли, возможные вопросы, строя систему информации и логических доводов таким образом, как он делал бы это в условиях беседы. Некоторые практики вещания в этой связи рекомендуют избегать в высказываниях у микрофона слова «радиослушатели»: оно подчеркивает пассивную роль аудитории.

Работая со словом (особенно в том случае, когда журналист не импровизирует непосредственно в эфир, а готовит текст заранее для записи) необходимо помнить, что, оставаясь, как правило, наиболее распространенным звуковым элементом передачи, оно не является единственным носителем идейного и художественного смысла. Более того, часто для эффективного воздействия на аудиторию важным оказывается не только прямое значение слова, но и его способность к контакту с музыкой и шумами.

Музыка и шумы. Много лет потратила отечественная радиожурналистика на то, чтобы освоить широкую палитру возможностей музыки в радиопередаче. Недооценка роли музыки и шумов, их способности самостоятельно выражать смысл, атмосферу и сюжетные линии аудиоповествования – явление не новое. Время от времени и в практике вещания, и в теоретических работах утверждался взгляд на музыку и шумы лишь как на *дополнение* к слову.

Тема 2.1 **Стилеобразующие средства радиожурналистики**

Как мы уже говорили, эта вторая группа выразительных средств в радиожурналистике мобильна, т.е. число выразительных средств может меняться по выбору самого журналиста. Именно с их помощью формируются стиль программы, индивидуальные особенности манеры журналистского изложения материала, ритм Рассказа и т.д.

Рассматривая группу стилеобразующих выразительных средств, мы идем от более простого к наиболее сложному, от чисто технических приемов к приемам

усложненного мышления, к комплексу эмоций и выделяем прежде всего специфические способы звукообразования.

Реверберация – с помощью пульта управления процессом звукозаписи журналист может придать звучанию голоса или записи события *дополнительную объемность*, эффект «эха». Этот прием часто используется для того, чтобы акцентировать внимание слушателя на речи персонажа, на какой-либо фразе журналиста или звуковой детали события.

Прием «буратино» как выразительное средство был открыт выдающимся режиссером отечественного радио Розой Иоффе. Она установила, что убыстрение или замедление хода магнитофонной пленки может из «технического брака» превратиться в сильнейший художественный прием, который и был реализован при записи детского радиоспектакля «Золотой ключик, или Приключения Буратино» (отсюда и название этого приема). С его помощью были созданы и обаятельная скороговорка маленького деревянного человечка, и грубые вопли и стоны Карабаса, и звонкие голоса кукольных артистов, и дуэты, и квартеты, и шум толпы, и еще многое, многое другое. А все это был голос одного актера.

Из художественного вещания прием «буратино» достаточно быстро перешел в арсенал средств журналиста. Он позволял подчеркнуть ироническое отношение корреспондента к речи кого-либо из интервьюируемых.

Звуковая мизансцена – положение микрофона по отношению к участникам события, о котором идет речь в эфире. Микрофон можно установить так, чтобы всех было слышно одинаково, можно передавать его из рук в руки или приближать и отдалять от работающего механизма (скажем, от мотора трактора или автомобиля и т.д.), создавая эффект присутствия на событии в самом общем представлении. А можно выбрать для микрофона такую точку, чтобы какой-то один звук или чей-то один голос выходил на первый звуковой план, как на крупный план в кино. И тогда именно этот звук или голос становится сюжетным, смысловым и эмоциональным стержнем передачи.

Голосовой грим – одно из выразительных средств радиожурналистики, заимствованное ею из арсенала радиотеатра. Это придание речи журналиста эмоциональных красок и ритмических особенностей, передающих атмосферу события.

Главное место в группе стилеобразующих выразительных средств радиожурналистики занимает **монтаж** (от фр. *montage* «сборка»).

Как технологическое средство монтаж появился на радио в условиях предварительной записи передач. Но это не значит, что в живом вещании монтаж как выразительное средство не использовался. Это была своеобразная форма композиции, в которой отдельные части соединялись друг с другом не на пленке, а прямо в эфире.

Монтаж есть прежде всего выражение идеологических и эстетических позиций автора, метод его художественного мышления, творческого осмысления действительности. В этой связи следует заметить, что суть того или иного жизненного эпизода, запечатленного на магнитофонной пленке, может существенно изменяться в зависимости от монтажного контекста.

Метод **акустического коллажа** (т.е. соединение разнофактур-ных звуковых элементов), завоевавший прочные позиции в радиожурналистике с середины 60-х годов, оказался одним из самых современных и мощных средств логического и эмоционального воздействия на слушателя, ибо создавал максимально благоприятные условия для возбуждения широкого круга ассоциаций в его воображении. Коллаж пришел в радиожурналистику из театра и кинематографии, где он означал «причудливое переплетение лозунгов, цитат, портретов, газетных вырезок, фотографий, рабочих моментов съемки, подражаний телеинтервью и собственно игровых сцен... с целью синтетического осмысления действительности».

Отражение всех указанных компонентов в звуке вне визуального ряда могло бы привести к звуковому хаосу и фонетической бессмыслице, если бы речь шла о фактографическом отражении материальных явлений, а не о создании обобщенного (выраставшего иногда до символа) социально-философского представления о целом комплексе явлений, нашедших отражение в конкретном событии. Эта новая единая реальность, возникшая в результате акустического коллажа, является целостным выражением философских, эстетических и этических воззрений коммуникатора.

Литература: Шерел, радиожурналистика (глава 3).

Раздел 3. РАБОТА РАДИОЖУРНАЛИСТА. ОСНОВЫ МЕТОДИКИ

Тема 3.1 Предварительная подготовка к эфиру

Любая передача для журналиста начинается с определения той цели, которую он ставит перед собой, готовясь к ней. Любое жизненное событие, социальное или

культурное явление многогранно и потому уже при выборе темы требуют от журналиста формирования своеобразной рамки, осознания границ проблемы. Все это помогает сосредоточению внимания на главном сначала самого журналиста, а потом и аудитории.

В некоторой степени выбор темы уже предопределен специализацией редакции, радиоканала или радиокompании, ее основными тематическими направлениями, форматом. У каждой радиостанции – своя проблематика, в которой журналист должен разбираться достаточно глубоко и основательно.

Таким образом, выбор редакции – первый и важнейший этап в определении главной темы журналистского творчества. Самое важное в русле этой главной проблемы – процесс накопления знаний, умение оценить новое явление или факт.

Второй этап освоения темы – специализация радиожурналиста.

Заметим, что, не найдя своей оригинальной темы, корреспондент вряд ли сможет стать сколько-нибудь заметной творческой личностью даже при наличии несомненного таланта. Хорошо, если человек, вступивший на журналистскую стезю, сразу находит ту тропку, по которой ему интересно идти. Радио знает десятки имен журналистов, которые добились признания именно благодаря тому, что мы понимаем под суховатым словом «специализация».

Это вовсе не означает, что на радио нет профессиональных областей, требующих широты охвата, нет своеобразного многотемья, характеризующего, например, деятельность собственного корреспондента в том или ином регионе или работу ведущего информационно-публицистической программы. Но такая широта охвата также является своеобразной специализацией журналиста, и она необходима, как и обязательное знание тех или иных особенностей региона, его истории, языка и культуры.

Специализация, безусловно сужая круг затрагиваемых вопросов, позволяет в то же время глубже проникать в их суть, раскрывать их, что называется, с уже готовыми доказательствами и фактами в руках. Она предусматривает не только знакомство журналиста с литературой и подбор информации по избранной тематике, но и организацию, и постоянное ведение им специального справочного аппарата, т.е. наличие своеобразного досье.

Несколько слов о системе хранения. Собираемые материалы обычно предлагается делить на *чисто справочные*: адреса, фамилии (обязательно имена и отчества!), должности людей, цифровые данные, даты и т.д.; *проблемные*: вырезки из газет и журналов, материалы по избранной тематике (как свои собственные, так

и коллег), расшифровки не прошедших в эфир передач; наконец, *творческие заготовки*: неиспользованные заголовки, варианты начала передач, интересные наблюдения, фразы, словом, те самые «изюминки», которые определяют стиль передачи.

Распределив таким образом поступающие в личный архив материалы (допустимы и другие градации – в зависимости от тематики, специализации, вида вещания и т.д.), журналист определяет «места хранения». Для *справочного материала* это могут быть помимо компьютера особые карточки, хранящиеся как в библиотечном каталоге, так и в специальных ящичках (удобнее всего расположить их в алфавитном порядке).

Проблемные материалы можно держать в особых папках, причем здесь более удобным становится не алфавитный, а временной принцип их распределения, это поможет при необходимости сопоставить многие акценты, связанные с изменением характера эпохи, подходов к теме, жанровой структуры, языка.

Что же касается хранения *творческих заготовок*, то здесь наряду с перечисленными выше способами вполне приемлемым оказывается занесение записей в журналистский блокнот. Особенно это удобно для журналистов, работающих в прямом эфире, когда порой нет времени на длительную подготовку передачи.

Определив тему и узнав задание, корреспондент «привязывает» все накопленное к данному реально разрабатываемому жизненному событию. На этом этапе радиожурналист независимо от того, выступает ли он в прямом эфире или собирается делать документальные записи, обязан четко представить себе, а при наличии времени и записать план действий. В него войдут:

- точное осознание цели задания (если она не очень понятна, следует обязательно переспросить или уточнить ее);
- пути получения как можно более полных и точных сведений об объекте;
- описание ситуации и обстановки, в которой придется работать;
- примерный перечень и формулировка вопросов, на которые необходимо получить ответы;
- определение жанра передачи, пусть даже предварительное;
- выработка одного-двух запасных вариантов на случай срыва той или иной договоренности, изменения ситуации и т.п.

Наконец, на этом этапе подготовки к эфиру радиожурналист обязан самым тщательным образом проверить технические средства записи. Надо быть

уверенным в исправности своего главного инструмента – магнитофона (не сели ли батарейки и достаточен ли их комплект? достаточно ли количество дисков, пленки или кассет? нет ли на них нужных записей, которые могут быть случайно размагничены? в порядке ли микрофоны?).

Если прямой эфир идет из студии, следует проверить (также до начала программы), проходит ли сигнал от вас к режиссеру, работают ли телефоны связи с аудиторией, в наличии ли комплект музыкальных записей, отбивок и т.д. Непременнo нужно уточнить, вызваны ли к началу программы или к условленному времени ее участники.

Тема 3.2 Репортер в прямом эфире

Корреспондент обязан учитывать, что «живая передача», форму какого бы жанра она ни принимала, – это еще и особый вид контакта с аудиторией.

Работа в прямом эфире, позволяющая, действительно, использовать все возможности радио, должна предусматривать некое равенство между ведущим и аудиторией. Успех передачи определяется не только емкостью и оперативностью информации, ее оценкой слушателями, признанием правоты журналиста или, по крайней мере, попыткой понять его точку зрения, прислушаться к ней, но и умением ведущего найти форму искреннего разговора и желанием выслушать оппонента. Именно здесь смыкаются или расходятся точки зрения, здесь возникает уже не радиовещание, а *радиообщение*, когда журналист-ведущий и радиослушатель – равные партнеры.

Этот настрой на общение – решающее качество, которое необходимо выработать и себе ведущему прямого эфира, ибо никто не захочет слушать человека, не заинтересованного в поддержании процесса взаимодействия с аудиторией.

Прямой эфир, в том числе и в форме прямого репортажа, – это доходчиво и живо поданная звуковая картина происходящего, донесение существа ситуации до аудитории. Это гегелевское «становление смысла» в ходе свершения события, когда слушатель вместе с ведущим еще не знает, что произойдет в следующую минуту. Отсюда и особое обостренное внимание аудитории, которая как бы «входит» в атмосферу происходящего в реальном времени и становится его непосредственным свидетелем, более того, участником, думающим и решающим самостоятельно.

Умелое построение материала позволяет уйти от поверхностного изложения репортажа. Задача журналиста здесь не только описывать происходящее, но и предусматривать возможную реакцию слушателя, мгновенно реагировать на ход его мыслей. В этом – признак высокого профессионализма.

Тема 3.3 Репортер на событии: подготовка к передаче в записи

Творческие принципы, профессиональные приемы и репортерские навыки, которые обуславливают успешную работу радиожурналиста в прямом эфире, в основной своей массе перспективны и плодотворны и в том случае, когда журналист оказывается на событии не для того, чтобы синхронно с происходящим рассказывать о нем в эфире, но и тогда, когда в его задачу входит лишь подготовка к этому рассказу в звукозаписи. Иначе говоря, когда основная работа над передачей не заканчивается, а начинается после завершения реального события.

Большинство законов и закономерностей прямого эфира действуют и при подготовке радиопрограммы в записи на пленку или на какой-либо другой носитель информации: тщательность подготовки, умение сориентироваться, определить смысловые и эмоциональные акценты, верно выбрать ритм и темп рассказа здесь столь же важны, как и при работе в прямом эфире. Говоря о необходимости на радио постоянно поддерживать интерес к потоку звучащей речи от первой до последней фразы, надо учитывать то обстоятельство, что, по сведениям психологов, через две с небольшим минуты после начала программы у слушателя часто наступает определенный спад внимания. Поэтому, готовя материал в записи, надо наметить своеобразные «пики» интереса на протяжении всей передачи. Приемы здесь могут быть самые различные: включение интересной музыкальной записи, песни, шутки, точно и к месту отобранной акустической картинки. Известно, что звук в гораздо большей степени действует на фантазию человека, чем, скажем, видовой ряд.

Журналист вместе с альпинистами поднимается на вершину горы. На пути – пропасть. Можно долго и красочно описывать ее пугающую бездонность, но корреспондент принимает иное решение: он «сбрасывает» вниз камень. Долгая пауза, затем слышно, как из глубины поднимается эхо от удара камня о дно ущелья...

Авторы часто пытаются имитировать реальное время «прямого эфира». Заметим, что делается это порой весьма неуклюже. Столь часто слышимые слова ведущего или диктора «Слушайте записанный на пленку репортаж нашего

корреспондента» неизбежно снижают эмоциональную ценность передачи, а значит, и степень ее эффекта. Они переносят вас в прошедшее время: событие уже завершилось – сейчас будет лишь его отпечаток. Этого спада интереса можно было бы избежать, убрав ненужные слова «записанный на пленку» или в крайнем случае поставив следующую вставку диктора в конце выпуска: «Вы слушали репортаж нашего корреспондента...», тем более что это довольно несложный способ соблюдения важнейшего (хотя и не единственного) правила вещания: «радио – это то, что сейчас».

Созданию эффекта «реального времени», например, в студийном репортаже во многом способствует и то, что характер подготовки к репортажам в прямом эфире и в записи, приемы и методы ориентации на события, выбор акцентов для рассказа, способ отбора необходимых деталей, как мы уже говорили, во многом схожи. Но от эфирного репортажа студийный отличает то, что текст, соединяющий документальные записи, наговаривается уже в студии. Репортер на месте события делает необходимые «звуковые слепки» происходящего, отбирая самые интересные, яркие и характерные, и иллюстрирует ими свое повествование.

Тема 3.4 Работа с режиссером

Специфика работы над передачей как в прямом эфире, так и в условиях ее предварительной звукозаписи включает обязательное сотрудничество журналиста и радиорежиссера в любом направлении вещания, а более всего в радиопублицистике, где журналист вместе с режиссером добиваются наиболее выразительного смыслового и эмоционального звучания передачи, будь то информационный выпуск, интервью, дискуссия, ток-шоу, музыкальная программа и т.п.

Следует помнить непреложную истину, что радиожурналист выступает не только как автор своей передачи, но и как ее исполнитель, и как ведущий программы, а следовательно, он должен владеть в определенной степени основами актерского мастерства, пониманием и знанием особенностей работы режиссера на радио, обладать режиссерскими навыками. Это поможет ему в повседневной работе, ибо нередки случаи, когда корреспондент выступает как «сам себе режиссер».

Коммерческое вещание на ранней стадии профессиональных режиссеров не использовало. Должный технический уровень записи и воспроизведения, необходимые музыкальные наложения обеспечивали звукорежиссеры. Журналисты

в меру своего профессионализма, понимания специфики канала и выразительных средств радиожурналистики сами выстраивали свою передачу, программу или программный блок, придавая им определенный стиль. Однако отсутствие радиорежиссера очень быстро стало сказываться на качестве вещания.

Эта болезнь роста на ряде станций была преодолена довольно быстро, хотя и не везде. Но тенденция определилась.

Один из выдающихся мастеров отечественного театра, В. И. Немирович-Данченко, так сформулировал принципы режиссуры вообще:

«Режиссер – существо трехликое:

- 1) режиссер-толкователь, он же показывающий, как играть, так что его можно назвать режиссером-актером или режиссером-педагогом,
- 2) режиссер – зеркало, отражающее индивидуальные качества актера, и
- 3) режиссер – организатор всего спектакля».

Применительно к радио режиссеру вменяется в обязанность еще одна функция: он (как в кинематографе) диспетчер, контролер выразительных средств, используемых актером. Искусство радио (как и кино) в отличие от театра – искусство фиксированное. В кинематографе талант актера проявляется в конце концов в той мере, в какой позволяет ему это монтаж. На радио же степень проявления таланта актера зависит от профильтрованной режиссером (в соответствии с общим замыслом) звуковой характеристики образа.

Отсюда и специфика дарования режиссера радио: абсолютный слух, причем, как его называют физиологи, слух *аналитический*, т.е. способность не просто запоминать голоса и шумы, но анализировать их и собирать в новые сочетания, создавая единую тональность из нескольких составляющих. Выбор тона разговора со слушателем и выражает индивидуальность режиссера радио.

Режиссер информационного и публицистического вещания работает не с актерами, а с радиожурналистами – авторами, которые одновременно являются исполнителями своих передач, и с гостями передачи – людьми, нередко впервые пришедшими в студию. Но принципы, методы и приемы, разработанные мастерами художественного вещания, оказываются полезными и здесь.

Тема 4.1 «Авторская программа» и особенности работы над ней

Авторская программа–радиопередача, автор которой одновременно выступает в роли ее создателя и ведущего, режиссера, литературного и музыкального

редактора, корректора, а иногда и продюсера. То есть автор радиопередачи целиком и полностью отвечает за ее производство: сам придумывает тему, сам пишет текст, подбирает музыкальный материал, продумывает специальный джингл, иногда находит спонсоров. Отредактировать эту программу и решить, выпускать ее в эфир или нет, может только главный редактор (на «многопрофильной» информационно-музыкальной радиостанции) или программный директор (на «локальной»).

Иногда одна и та же авторская программа одинаково подходит как для «локальной» коммерческой информационно-музыкальной, так и для «многопрофильной» (коммерческой и муниципальной) и даже для государственной радиостанции. Однако стоит помнить, что передача, посвященная американской музыке 50-х годов, не может выйти в эфир на станции, передающей только русскоязычную музыку и т.п., т.е. авторская передача в целом должна подчиняться формату и стилистике радиостанции.

Автор программы, с одной стороны, находится в более простой ситуации в отличие от ведущего эфира: он ограничен темой своей передачи, ему не надо знать обо всем понемногу, нужно разбираться только в своем вопросе. С другой стороны, его программа должна максимально заинтересовать слушателя, поэтому и готовиться к ней следует более тщательно. Автор должен сам подобрать для программы литературный материал, сделать его «разговорным», понятным человеку, не особенно разбирающемуся в данной проблеме. Нужно, чтобы слушателю казалось, что ведущий общается с ним, даже если он читает свой текст по бумажке.

Автор сам подбирает и музыкальный материал (который также должен легко восприниматься), договаривается с гостями, если это ток-шоу, обсуждает с ними тему предстоящего разговора, желательные и нежелательные вопросы и т.д. Иногда следует пообщаться и с постоянными слушателями, узнать, что им нравится, а что нет, что бы они хотели услышать в будущем – какую музыку, с какими людьми встретиться в эфире и пр.

Литература: Шерел (глава 3,5)

Раздел 5.

Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Для изучения дисциплины необходимы: компьютер, микшерский пульт, микрофон, диктофон.

Формы и содержание текущего, промежуточного и итогового контролей.

В течении каждого модуля проводятся промежуточные блиц-опросы, вес каждого ответа оценивается от 20 до 35 баллов по усмотрению преподавателя, в зависимости от объема и трудности материала. Итого к написанию каждого модуля у каждого студента имеется оценка за текущий контроль.

Для контрольной работы студентам предлагаются задания по вариантам.

Теоретический блок

3.2. Материалы по теоретической части курса¹

3.2.1. Учебник(и)*

3.2.2. Учебное(ые) пособие(я)*

3.2.3. Курс лекций*

3.2.4. Краткие конспекты лекций*

3.2.5. Электронные материалы (электронные учебники, учебные пособия, курсы и краткие конспекты лекций, презентации РРТ и т.п.)²

Основная:

- Шерель А.А. Радиожурналистика. М., 2000. Основы теории журналистики.
- Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Москва 2009.
- Киракосян Л.М. Формулы журналистики, или журналистика для всех. Ереван, 2009.
- Корконосенко С.Г. Основы журналистики. Москва, 2006.
- Ворошилов В.В. Журналистика. СПб., 2002.
- Коновалова О.В. Основы журналистики. М., Р-на Дону, 2005.

Дополнительная:

1. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-Пресс, 2003.
2. Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы. – М., 1998.
3. Засурский Я. Н. Актуальные проблемы журналистики. – М., 1997.
4. Засурский Я. Н. Искушение свободой. – М., 2004.
5. Реснянская Л. Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога: учеб. пособие. – М.: Пульс, 2001. – 48 с.
6. Реснянская Л. Л. Общественный диалог и политическая культура общества: учеб. пособие. – М.: Пульс, 2003, – 44 с.
7. Система средств массовой информации России: учеб. пособие / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2001. – 259 с.
8. Цвик В. Л. Телевидение: системные характеристики. – М., 1998.
9. Цвик В. Л., Назарова Я. В. Телевизионные новости России. – М.: Аспект-Пресс, 2002.

¹ Должен быть хотя бы один вид материалов, из числа указанных в п.п. 4.1.1.- 4.1.5.

² Должен быть хотя бы один вид электронных материалов, указанных в п. 4.1.5.

Практический блок

- 3.3. Планы практических и семинарских занятий**
- 3.4. Планы лабораторных работ и практикумов**
- 3.5. Материалы по практической части курса³
 - 3.5.1. Учебно-методические пособия *
 - 3.5.2. Учебные справочники*
 - 3.5.3. Задачники (практикумы)*
 - 3.5.4. Хрестоматии*
 - 3.5.5. Наглядно-иллюстративные материалы*

³ В данном разделе должен быть хотя бы один вид материалов, из числа указанных в п.п. 5.3.1-5.3.5.