

**Національний університет «Запорізька політехніка»**  
**Інститут управління та права. Факультет соціальних наук**  
**Кафедра журналістики**

**Пояснювальна записка**  
**до магістерської роботи**

**на тему «РАДІОРЕПОРТАЖ У ПРОГРАМНІЙ СІТЦІ**  
**УКРАЇНСЬКИХ РАДІОСТАНЦІЙ: ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ**  
**ЗВУКОВОГО ОБРАЗУ»**

Виконала: студентка II курсу, групи СН-310м  
Спеціальності 061 «Журналістика»  
(шифр і назва спеціальності)

Кавун Ганна Валеріївна  
(прізвище та ініціали)

Керівник: канд. філолог. н., доц. Скуртул Г.С.  
(прізвище та ініціали)

Рецензент: д-р. соц. ком., доц. Чернявська Л.В.  
(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2021 р.



Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		Підпис	дата	підпис	дата
Вступ	Скуртул Г.С.		27.10.20		27.10.20
I	Скуртул Г.С.		10.02.21		10.02.21
II	Скуртул Г.С.		10.03.21		10.03.21
III	Скуртул Г.С.		03.06.21		03.06.21
Висновки	Скуртул Г.С.		18.10.21		18.10.21

7. Дата видачі завдання: « 12 » вересня 2020 року

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	вересень 2020	
2	Аналіз журналістичнознавчого матеріалу	жовтень 2020	
3	Написання вступу	грудень 2020	
4	Написання розділу 1	березень 2021	
5	Написання розділу 2	травень 2021	
6	Написання розділу 3	вересень 2021	
7	Написання висновків	жовтень 2021	
8	Оформлення роботи	листопад 2021	
9	Захист роботи	грудень 2021	

Студент

  
(підпис)

Кавун Г.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

  
(підпис)

Скуртул Г.С.

(прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

Текст магістерської роботи «Радіорепортаж у програмній сітці українських радіостанцій: особливості створення звукового образу» становить 81 сторінку. Для виконання дослідження опрацьовано 90 джерел.

**Об'єктом дослідження** є репортажі на українських радіостанціях «Українське радіо» (УР1), «Громадське радіо», «Радіо НВ», «Радіо Свобода».

**Предмет дослідження** – тематика, виражальні засоби, жанрові особливості, структура радіорепортажів «Українського радіо» (УР1), «Громадського радіо», «Радіо НВ», «Радіо Свобода»; особливості звукового образу аудіофільмів Богдана Амосова на «Радіо НВ».

**Метою** роботи є визначення специфіки функціонування репортажів у програмній сітці українських радіостанцій «Українського радіо» (УР1), «Громадського радіо», «Радіо НВ», «Радіо Свобода»; особливості створення звукового образу.

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

- дати визначення поняттям «репортаж», «радіорепортаж»;
- окреслити формотворчі та стилетворчі виражальні засоби створення радіорепортажу;
- розглянути різновиди та жанрові особливості сучасного радіорепортажу (на прикладі репортажів «УР-1», «Громадського радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ» );
- визначити особливості функціонування радіорепортажу у контексті діджиталізації медіа;
- простежити за трансформацією радіорепортажу в новітні жанрові форми, проаналізувати особливості конвергентності звукового образу (на прикладі аудіофільмів Б. Амосова на «Радіо НВ»);
- дослідити специфіку репрезентації авторського «Я» в інтегрованому жанрі.

**Методологічною та теоретичною основою дослідження** є праці таких науковців, як: Г. Айрапетян, О. Антонова, Н. Гааг, І. Головенко, О. Голуб, П. Дворянин, К. Долгіна, Н. Єфімова, В. Лизанчук, Ю. Любченко, В. Миронченко, П. Мирошніченко, Н. Рябуха, В. Смірнов, Г. Скуртул, В. Шеїн, О. Шерель та ін.

**Методи дослідження:** метод моніторингу, інтерпретації даних, порівняльно-історичний, а також метод аналізу актуальної наукової інформації, проблемно-тематичний, структурно-типологічний, метод узагальнення.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в тому, що в роботі здійснена спроба детально проаналізувати особливості створення звукового образу в репортажах на українських радіостанціях, дослідити їхню тематику, композиційну будову, трансформацію в нові жанрові форми. Було з'ясовано, що особливості створення звукового образу в радіорепортажах на українських радіостанціях «Громадське радіо», «Радіо НВ», «Радіо Свобода» пояснюються його конвергентністю – активною дифузією прийомів і засобів подання інформації: жанровою гібридністю (поєднання комунікативних практик радіо і телебачення), тяжінням до візуалізації, звукових спецефектів.

**Сфера застосування.** Матеріали та висновки наукової роботи можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та семінарських занять із курсу «Радіовиробництво (контент, продукт, промоція)» у закладах вищої освіти, а також при написанні курсових та дипломних робіт; журналісти-практики також можуть користуватися здобутками дослідження з метою покращення якості авторських радіопрограм, підвищення їх комунікативної ефективності.

**РАДІОРЕПОРТАЖ, ЗВУКОВИЙ ОБРАЗ, ВИРАЖАЛЬНІ ЗАСОБИ, ПРОГРАМНА СІТКА, ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ГІБРИДИЗАЦІЯ, ТРАНСФОРМАЦІЯ, КОНВЕРГЕНТНІСТЬ, АУДІОФІЛЬМ**

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ 1. РАДІОРЕПОРТАЖ У НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ.....	13
1.1. Репортаж: генеза, дефініції, жанрові особливості.....	13
1.2. Виразально-звукове оформлення радіорепортажу.....	22
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ РАДІОРЕПОРТАЖУ У КОНТЕКСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МЕДІА .....	31
2.1. Радіо в епоху конвергентної журналістики: зміна парадигми.....	31
2.2. Інноваційні медіапродукти в ефірах програм «Українського радіо», «Громадського радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ».....	37
РОЗДІЛ 3. ГІБРИДИЗАЦІЯ СУЧАСНОГО РАДІОРЕПОРТАЖУ (на прикладі програми Б. Амосова «Саме там» на «Радіо НВ»). .....	51
3.1. Звуковий образ у спеціальних репортажах – аудіофільмах Б. Амосова на «Радіо НВ».....	51
3.2. Особливості репрезентації авторського «я».....	58
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ.....	80

## ВСТУП

На сьогодні радіо є одним із оперативних засобів масової комунікації. Воно має низку властивостей, які роблять його унікальним засобом впливу на людей. Завдяки радіомовленню надається інформація про подію чи явище, яке тільки сталося. Цим самим воно випереджає і телебачення, і пресу. Слухаючи радіо, аудиторія легше сприймає те, що відбувається у світі. Цей засіб комунікації не потребує відмови від повсякденних справ.

На сучасному етапі відбуваються помітні зміни в класичній жанровій системі радіожурналістики. Якщо раніше художньо-публіцистичні жанри (радіоп'єса, радіодрама, радіотеатр) користувалися попитом серед аудиторії, то зараз вони поступово зникають із ефірів українських радіостанцій. Натомість інформаційні та аналітичні передачі не втрачають своєї актуальності. У контенті й досі залишаються хронікальні, розширені повідомлення, радіокоментарі, інтерв'ю тощо. Не менш популярним є жанр репортажу, який відрізняється оперативністю, акустичністю, своєрідною композиційною будовою та характером емоційного впливу на аудиторію. Сьогодні він функціонує на українських радіостанціях не лише в новинних блоках. Завдяки конвергентності ЗМІ репортаж поступово трансформується в нові формати і виходить вже окремою авторською програмою.

Репортаж у системі інформаційних жанрів журналістики досліджували такі науковці, як: О. Антонова [3], В. Лизанчук [38-39], А. Лісневська [40], В. Павлів [61], В. Смирнов [80-81], В. Шеїн [87-88]. Вони визначили жанрові ознаки, виділили різновиди, охарактеризували основні етапи створення репортажів. Композиційній будові репортажу приділили достатньо уваги О. Голуб [15], А. Литвиненко [41] та ін. Нові тенденції у зміні формату радіотрансляції стали об'єктом дослідження П. Мірошниченко [52-55], Ю. Любченко [42-46], Т. Гиріної [10-12], Г. Скуртул [78], які вказали на

трансформаційні процеси і явище конвергенції, що характеризують радіомовлення на сучасному етапі.

Невід'ємною складовою будь-якого радіожанру є звуковий образ. Він формується завдяки формотворчій та стилетворчій групі виражальних засобів. У сучасній теорії радіожурналістики є багато досліджень, присвячених особливостям функціонування виражальних засобів в аудіовізуальних ЗМІ, їх впливу на психоемоційний стан слухачів. Це наукові праці Г. Айрапетян [1], Н. Гааг [8], І. Головенко [14], О. Гояна [16-18], П. Дворянин [20], К. Долгіної [22], Н. Єфімової [24], В. Лизанчука [38-39], Ю. Любченко [42-46], П. Мирошніченко [52-55], Н. Рябухи [75].

Вагомий внесок у дослідження звукового образу на радіо зробив П. Мирошніченко. У своїх роботах вчений розглядає його як складний, мінливий, багатозначний концепт, визначає компоненти ефективності його впливу на людську свідомість [52-55]. Дослідник робить висновок, що в інформаційних радіопрограмах досить просте звукове оформлення, в той час, як звуковий образ культурно-мистецьких програм відрізняється складністю, широким використанням шумових ефектів.

Незважаючи на велику кількість досліджень, присвячених виражальним засобам радіожурналістики, недостатня увага приділяється звуковому оформленню репортажів, їх акустичній природі; також в умовах конвергентності ЗМІ малодослідженим залишається процес жанрової гібридизації репортажу, що й зумовлює **актуальність** дослідження.

**Метою роботи** є визначення специфіки функціонування репортажів у програмній сітці українських радіостанцій «Українського радіо» (УР1), «Громадського радіо», радіо «НВ», «Радіо Свобода»; особливості створення звукового образу.

Реалізація мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- дати визначення поняттям «репортаж», «радіорепортаж»;
- окреслити формотворчі та стилетворчі виражальні засоби створення радіорепортажу;



- розглянути різновиди та жанрові особливості сучасного радіорепортажу (на прикладі репортажів «УР-1», «Громадського радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ»);

- визначити особливості функціонування радіорепортажу у контексті діджиталізації медіа;

- простежити за трансформацією радіорепортажу в новітні жанрові форми, проаналізувати особливості конвергентності звукового образу (на прикладі аудіофільмів Б. Амосова на «Радіо НВ»).

- дослідити специфіку репрезентації авторського «Я» в інтегрованому жанрі.

**Об'єктом дослідження** є репортажі на українських радіостанціях «Українське радіо» (УР1), «Громадське радіо», «Радіо НВ», «Радіо Свобода».

**Предмет дослідження** – тематика, виражальні засоби, жанрові особливості, структура радіорепортажів «Українського радіо» (УР1), «Громадського радіо», «Радіо НВ», «Радіо Свобода»; особливості звукового образу аудіофільмів Богдана Амосова на «Радіо НВ».

**Методологічна й теоретична основа роботи.** Питання, пов'язані зі структурою, класифікацією репортажів розглядають науковці О. Антонова [3], О. Голуб [15], П. Дворянин [20], В. Лизанчук [38-39], А. Лісневська [40], В. Смірнов [80-81], В. Шеїн [88-89], та ін. Особливості виражально-звукового оформлення досліджені у працях Г. Айрапетян [1], Н. Гааг [8], І. Головенко [14], О. Гояна [17-18], П. Дворянин [20], К. Долгіної [22], Н. Єфімової [24], В. Лизанчука [38-39], Ю. Любченко [42-46], П. Мірошніченка [52-55], Г. Скуртул [78], Н. Рябухи [75].

**Методи дослідження.** У ході дослідження використовувалися наступні методи: метод моніторингу, інтерпретації даних, порівняльно-історичний; проблемно-тематичний метод, який використано для характеристики нових форматів репортажів, їх звукового образу; за допомогою структурно-типологічного методу вдалося визначити різновиди репортажів, які звучать

на українських радіостанціях; метод узагальнення застосовано для підведення підсумків дослідження.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в тому, що в роботі здійснена спроба детально проаналізувати особливості створення звукового образу в репортажах на українських радіостанціях, дослідити їхню тематику, композиційну будову, періодичність виходу, трансформацію в нові жанрові форми. Було з'ясовано, що особливості створення звукового образу в радіорепортажах на українських радіостанціях «Громадське радіо», «Радіо НВ», «Радіо Свобода» пояснюються його конвергентністю – активною дифузією прийомів і засобів подання інформації: жанровою гібридністю (поєднання комунікативних практик радіо і телебачення), тяжінням до візуалізації, звукових спецефектів.

**Практичне значення.** Матеріали та висновки наукової роботи можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та семінарських занять із курсу «Радіовиробництво (контент, продукт, промоція)» у закладах вищої освіти, а також при написанні курсових та дипломних робіт. Журналісти-практики також можуть користуватися здобутками дослідження з метою покращення якості авторських радіопрограм, підвищення їх комунікативної ефективності.

**Апробація результатів роботи.** Апробація роботи була здійснена на III Всеукраїнській науково-практичній конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі», виступ на тему «Репортажі в жанровому контенті українських радіостанцій: загальний огляд» ( Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 28 квітня 2021 р.).

Ще одна апробація здійснена на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Сучасна наука: комунікаційні аспекти XXI століття», виступ на тему «Ускладнення звукового образу сучасних радіопрограм (на прикладі аудіофільмів Б. Амосова програми «Саме там»)». Тези подано до друку (Київ, Київський університет імені Бориса Грінченка, 11 листопада 2021 р. ).

**Публікації.** За результатами наукових досліджень було надруковано тези: Кавун Г.В., Скуртул Г.С. Репортажі в жанровому контенті українських радіостанцій: загальний огляд // Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції 28 квітня 2021 р., м. Запоріжжя / В.Л. Погребна, В.М. Попович, Н.В. Островська, О.О. Турба та ін. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 90–92.

**Структура роботи.** Дослідження складається зі вступу, чотирьох розділів з підрозділами, висновків, списку використаних джерел, додатків. У вступі виявляється ступінь вивченості заявленої теми, окреслюються мета, завдання, об'єкт, предмет дослідження, його наукова новизна, теоретичне та практичне значення.

У першому розділі систематизується науковий досвід вивчення радіорепортажу. У першому підрозділі простежується історія розвитку репортажу, тлумачаться поняття «репортаж», «радіорепортаж» вітчизняними та зарубіжними дослідниками, визначаються їх жанрові особливості. У другому підрозділі окреслюються формотворчі та стилетворчі виражальні засоби радіомовлення.

Другий розділ складається з двох підрозділів. У ньому аналізується специфіка функціонування радіорепортажу в контексті диджиталізації медіа. У першому підрозділі подається характеристика зміни парадигми радіотрансляцій в епоху конвергентної журналістики. У другому підрозділі розглядаються різновиди та жанрові особливості репортажів в програмах «Українського радіо», «Громадського радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ».

Третій розділ складається також з двох підрозділів. У ньому розглядаються трансформаційні процеси радіорепортажу на прикладі програми Б. Амосова «Саме там» на «Радіо «НВ». У першому підрозділі простежується створення звукового образу в спеціальних репортажах – аудіофільмах Б. Амосова в програмі «Саме там». У другому

виокремлюються особливості репрезентації авторського «Я» в новітньому інтегрованому жанрі.

У висновках узагальнюються результати дослідження, окреслюються перспективні напрямки подальших наукових розвідок із заявленої теми.

Обсяг роботи – 81 сторінка. Список використаної літератури містить 90 найменувань, викладених на 9 сторінках.

## РОЗДІЛ 1

### РАДІОРЕПОРТАЖ У НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

#### 1.1. Репортаж: генеза, дефініції, жанрові особливості

Поняття «репортаж» походить із латинського «reportare» що означає «повідомляти», «розповідати», «описувати». Швейцарський журналістикознавець Ж. Віллен стверджує, що «батьком репортажу» є давньогрецький історик Геродот. У V ст. до н.е. він вирушив у подорож, щоб зібрати відомості про греко-перські війни. Під час мандрів дослідник звертав увагу не лише на політичні протистояння, а й на культурне життя європейців, азіатів та африканців. У своїх роботах Геродот описував побут, звичаї, традиції, обряди різних племен і народів. Розповіді були схожі на подорожні нотатки – короткі повідомлення із яскраво вираженим суб'єктивізмом автора. Геродот міг поділитися враженнями так, щоб зацікавити і змусити слухачів «пережити» все те, що відбувалося під час подорожей. Дослідник відтворював події в хронологічній послідовності, підтверджував достовірність зібраних фактів, і в результаті на світ з'явилося 9 книжок «Історії» Геродота.

У добу експедицій та завоювань подорожні нотатки набувають пригодницького характеру. На початку XVI ст. європейські мореплавці вирушають до Південної Америки у пошуках скарбів. Вони пишуть королям розвідувальні повідомлення про місце розташування «Золотої країни», технології видобутку дорогоцінного металу. За наведенням моряків до Америки прибувають армії грабіжників, які беруть активну участь у систематичному винищенні індіанських племен та викраденні золота. Події зафіксовані хроністами експедицій. Таким чином, подорожні нотатки вважаємо праформою сучасного репортажу.

Згодом репортажами почали називати звіти з парламентських засідань країн Західної Європи. У 20-х роках ХХ ст. цей жанр активно розвивається в українській літературі та пресі. Пізніше він з'являється на радіо і стає одним із провідних жанрів радіожурналістики. За радянських часів у репортажах висвітлювали героїзм будівників соціалізму та комунізму, сільськогосподарські теми, перемоги зі спортивних змагань, тощо. А проблеми геноциду, голоду, зросійщення на радіо замовчувалися. У добу «хрущовської відлиги» відбулася реорганізація інформаційних служб, упорядкування кореспондентської мережі, організовано переохоплення «Последних известий» зі столиці. У результаті збільшилася кількість безтекстових виступів та репортажів, що звучали невимушено, дохідливо, легко сприймалися на слух. Також було уведено ранкові виклики кореспондентів, які повідомляли про події минулої ночі.

На початку 70-х років минулого століття відбулися істотні зміни в радянському радіомовленні. Розширюється діапазон інформаційних та інформаційно-музичних програм, репортажі транслюються в новинних блоках. У нинішніх умовах функціонування радіомовлення головне призначення репортажу – правдиво, оперативно та об'єктивно висвітлювати суспільно значущу інформацію.

У сучасній теорії журналістики існує багато визначень поняття «репортаж». Науковець О. Голуб зазначає, що репортаж – це журналістський матеріал, який транслюється з місця подій [15, 42]. Професор І. Михайлин стверджує, що жанр репортажу передбачає висвітлення оперативної та яскравої інформації про подію, ситуацію або явище [50, 380]. Науковець В. Шеїн визначає радіорепортаж як інформаційно-публіцистичний жанр, який відображає навколишню дійсність за допомогою розповіді про ситуацію чи явище з актуальної теми від учасника (учасників) цієї події з використанням звукової картини, яка створює «ефект присутності» [88, 45].

Більш детальне тлумачення поняття дає професор В. Лизанчук, який стверджує, що радіорепортаж – це жанр, у якому оперативно,

документально, динамічно, емоційно з широким використанням звукового образу відображаються події реальної дійсності саме через безпосереднє сприймання автора, що переносить радіослухача на місце цієї події [38, 335]. Оперативна розповідь журналіста має на меті не просто висвітлити подію, а й розкрити нову рису дійсності, збудити та розширити слухацьку уяву. Усе вищеперераховане вимагає від радіорепортера досвіду, широкої ерудиції, вміння легко і в той же час коротко й стисло говорити в мікрофон на місці події, здатності до імпровізацій і «монтажного» мислення, тобто у момент дії відбирати записані епізоди і складати їх у цілісну картинку.

Репортаж ґрунтується на оперативній подачі актуальної й документально підтвердженої інформації. У центрі уваги – новина, тобто оперативне повідомлення про певні події, творчо оброблені факти з поєднанням сенсаційності та соціальної важливості. Статичні події висвітлюються через внутрішню динаміку, «переживання» автора в процесі роботи з новинами, при цьому важлива точність у поданні інформації: предметний опис деталей, подробиць, коментарів учасників події тощо.

Важливим є те, що ці характеристики мають доповнюватися суб'єктивізмом журналіста. Мова йде про авторське «я», що є обов'язковим елементом у репортажі. Він надає авторській мові гнучкості, рухливості та багатозначності. Дослідниця Т. Малетич зазначає, що репортер змушений «пропустити» крізь себе все побачене й почуте, аби потім показати проблему іншим такою, якою він її бачить [47, 100]. Однак часто журналіст має залишатися суб'єктивним.

Усі вищеперераховані елементи характеризують жанр радіорепортажу. Окрім цього, йому притаманна така специфічна властивість, як звуковий документалізм події. За допомогою шумових ефектів і голосів персонажів створюється «ефект присутності», який «переносить» слухача на місце події. Ми погоджуємося з висловлюванням радіорепортера Є. Рябчикова, який стверджує: «З усіх жанрів «звукової» публіцистики репортаж найдинамічніший. Характерні особливості радіорепортажу:

подієвість, «ефект присутності» (термін кінематографа), динамічність, одночасність розповіді з подією, яка відбувається. Без цих компонентів репортажу не може бути. Якщо у репортажі нема хоча б одного з цих елементів, він перестає бути репортажем» [цит. за 39, 133]. Отже, основними ознаками сучасного репортажу є подієвість, динамічність, документалізм, суб'єктивізм автора та «ефект присутності».

До питання класифікацій радіорепортажу неодноразово зверталися українські й закордонні науковці. Цікаво підійшов до вирішення питання типології репортажу радіожурналіст В. Щербатюк [цит. за 39, 113]. На його думку, існує два основних види радіорепортажу: подієвий та неподієвий. До подієвих він відносить репортажі з мітингів, народних святкувань, спортивних змагань міжнародного рівня, фестивалів, а до неподієвих повідомлення з лабораторій, заводів, різноманітних виставок, матеріали про людей та усі інші події, що не пов'язані з темою дня.

Якщо розглядати цю класифікацію, можна помітити, що велику роль грає технічна складова. Журналіст може робити пряме включення або записувати сюжети на диктофон, а потім відбирати й монтувати в окремий матеріал. Ураховуючи технічні можливості, професор В. Лизанчук за способом трансляції розрізняє репортаж прямий і змонтований (фіксований) [39, 137]. Прямий репортаж звучить на фоні події, яка відбувається в цей момент. Під час прямого включення складається ситуація, коли слухач начебто опиняється з журналістом в однакових умовах – ніхто не знає, що може статися через хвилину. Відмінність лише в тому, що репортер доповідає, а аудиторія його слухає. При цьому, журналіст має володіти словом, вміти зімпровізувати за непередбачуваних обставин. Це надає прямому репортажу особливої цінності. Змонтований репортаж створюється на основі документальних записів, зроблених на місці події. Така необхідність викликана двома факторами: 1) технічними; 2) часовими (якщо подія довготривала, то репортаж доводиться зміщувати у часі і скорочувати



сюжети). Журналіст має відібрати для монтажу динамічні та найсуттєвіші моменти, щоб дати повну характеристику того, що відбулося.

Виходячи з цього, В. Лизанчук поділяє змонтований радіорепортаж на суто інформаційний і проблемний. Перший вид містить у собі пізнавальну інформацію, тобто журналіст повідомляє про подію, описує ситуацію і коротко висловлює своє ставлення до побаченого. Головна мета інформаційного репортажу – ознайомити слухацьку аудиторію з новими і в той же час важливими аспектами із різних сфер життєдіяльності людини. У проблемному репортажу автор змальовує певну подію й на основі документально записаних матеріалів дає критичний аналіз ситуації, тобто зіставляє факти, вивчає причини й наслідки проблеми, дає критичну оцінку [39, 138].

До існуючих класифікацій дослідниця О. Левчук додає ще 2 критерії розмежування. За типом звукового супроводу репортаж буває синхронним (одночасно записує звук, мову учасників і шумові ефекти) і німим (закадровий текст читає ведучий, відсутній звуковий супровід із місця події). За способом викладу матеріалу розрізняє некоментований репортаж, який транслюється в прямому ефірі без авторського тексту (наприклад, сесія Верховної Ради), та коментований – тут репортер пояснює суть події за допомогою закадрового тексту або стендапу [36, 276].

Учені також класифікують радіорепортажі за жанровими підвидами, що характеризують композиційний аспект репортажу. Наприклад, теле- і радіожурналіст Ю. Летунов виокремлює такі різновиди радіорепортажу:

- «живий» або прямий;
- текстовий (студійний);
- проблемний (репортаж-лекція) – виступ фахівця з місця, де він працює (вчений у лабораторії, інженер у цеху тощо);
- радіорепортаж-коментар, де репортер виступає в якості коментатора, швидко ознайомлюючи з довготривалою подією;

- інсценований радіорепортаж (репортаж-композиція), що складається з документальних записів журналіста та додаткових звукових ефектів (музика, шуми);
- радіорепортаж-дискусія – це репортаж у формі колективного зібрання й обговорення окремих питань, що стосуються певної теми;
- пізнавальний (репортаж-нарис), головна мета якого – ознайомити слухача з чимось новим, що журналісту вдалося побачити під час подорожі [37, 51].

Дослідник В. Смірнов розрізняє подієвий, проблемний і пізнавальний репортажі. На його думку, пізнавальний репортаж може бути як інформаційним, так і проблемним. Однак головна мета такого різновиду – познайомити аудиторію з тим новим, цікавим, що відбувається в науці [80, 57]. Вчений Л. Мутовкін розширює спектр радіорепортажів. Він додає до цього списку, комплект-репортаж (додатковий матеріал), репортаж-передісторію (вказує на причини комплект-репортажу), спортивний, тематичний і спеціальний [57, 28].

Більш детальну характеристику репортажам дає дослідниця А. Лісневська, яка виокремлює такі види:

- подієвий (пов'язаний із запланованою, або спонтанною подією);
- тематичний – висвітлення теми (або її поглиблене вивчення), яка набула нової актуальності;
- художній – розповідь автора про події в мистецькому, культурному житті (за жанровими ознаками схожий на зарисовку або нарис);
- проблемний (в основі події лежить певна проблема, яку треба дослідити);
- спеціальний – відгук на значущу подію будь-якої життєвої сфери [40, 13].

Таким чином, у журналістикознавстві жанр репортажу класифікують за технічними, часовими та композиційними характеристиками.

До питання структури радіорепортажу неодноразово зверталися як українські, так і закордонні журналістикознавці. Дослідниця О. Голуб виокремила такі складові: заголовок, вріз початок і завершення. Заголовок має зорієнтувати на подальше прослуховування програми. Функція врізу полягає у доповненні інформації, що міститься в заголовку, іншими словами – це витяг головної думки з тексту. Початок репортажу повинен зачепити аудиторію, змусити прослухати твір. Репортаж може починатися з цитати, опису місцевості або анекдоту, який стосується цієї теми. Завершення – це підсумок усього сказаного в радіопередачі. Воно має бути таким, щоб слухач забажав прослухати наступні випуски. Можна зробити фінал завершеним або залишити відкритим (наприклад, ввести в розповідь нового героя, про якого в репортажі нічого не йшлося) [15, 48].

Польська кореспондентка Ганна Закшевська наголошує на тому, що в радіорепортажі кожні дві з половиною хвилини має з'являтися новий елемент. Це може бути зміна плану або голосу ведучого [27]. Журналістикознавець В. Литвиненко стверджує, що структура будь-якого репортажу має бути простою та зрозумілою, а також він має бути динамічним. Автор дає основні динамічні складові репортажу: зміна перспектив або звукового оформлення (доцільне використання усіх виражальних засобів); зміна ритму, тобто короткі речення чергуються з більш довгими, причому дослідник рекомендує уникати складних речень у матеріалі [41, 24].

Автор і ведучий програм західноукраїнської радіомережі «FM Галичина» Юрій Залізник вважає, що композиція репортажу має підпорядковуватися розкриттю теми. Він пропонує таке конструювання репортажу: завоювання уваги слухача яскравим життєвим епізодом; репортажний опис події з відступами, діалогами, власними авторськими переживаннями, що допомагають досягти «ефекту присутності»; змалювання сцен, у кожній із яких є певна дія, взаємодія учасників, героїв репортажу й

небайдуже ставлення автора до події; узагальнення усього побаченого й сказаного, суб'єктивні оцінки [28].

Науковець В. Павлів поділяє процес створення репортажу на 4 етапи: підготовку, збір матеріалу, написання тексту, підготовку до публікації [61, 55]. У процесі підготовки він радить обрати тему, яка буде в першу чергу цікава самому журналісту, героїв події – їх може бути небагато, але головне, щоби їхні думки відрізнялися, хронологію оповіді – необхідно прописати структуру репортажу та заголовок. На етапі збору матеріалу важливими елементами є описи героїв (місця події), деталі, які підтверджують наявність журналіста в певному місці, час оповіді (репортер веде розповідь у теперішньому часі) та час події (журналіст говорить у минулому часі).

Також під час написання тексту враховуємо динаміку, що досягається чіткістю формулювань і відповідною розстановкою сюжетних елементів, просту, зрозумілу для слухача мову без наявності кліше і штампованих фраз, емоційне насичення (емоції учасників подій мають викликати емоції в слухача), цитати і переказ (уникання довгих речень, але вміння передати зміст сказаного). На останньому етапі журналіст готує матеріал до публікації. Він звертає увагу на такі аспекти: уникнення власної присутності (репортер виступає не головним героєм, а посередником); етичність – вимагає великої відповідальності від журналіста, адже він не може факти замінювати фейками або додумувати інформацію; «переночування з текстом», тобто перевірка матеріалу «на свіжу голову», у такому разі автору легше виявити помилки або написати додатковий абзац.

Редакція академії BBC створила структуру сучасного радіорепортажу, до якої входять наступні елементи: нарація (текст, який начитується ведучим у процесі створення репортажу), кліпи (фрагменти з записаних інтерв'ю), звуковий фон, звукові ефекти та музика. Вони породжують композицію твору, яка складається з таких компонентів:

- підводка – вступ до репортажу, який визначає тематику, актуальність репортажу та знайомить слухача з репортером (якщо її викладають в інтернет, то підводка стає анотацією);
- зв'язка – це відрізок нарації, що поєднує два кліпи, яку зазвичай записують у тихому місці, наприклад, у студії;
- стенд-ап – зв'язка, записана на місці події. Вона допомагає відтворити всю її атмосферу;
- кліп – короткий уривок із інтерв'ю, що триває близько 20-40 секунд;
- архівний кліп – кліп із попередньо записаного інтерв'ю, яке зберігається в архіві;
- вуличне опитування – коментарі пересічних громадян;
- звукові ефекти – фонові звуки, що створюють для слухача «ефект присутності»;
- атмосфера – звуки, які відтворюють атмосферу сюжету (шум моря, шелестіння трави, крики чайок); музика. Може використовуватися як фоновий звук або як «перебивка» між блоками [2].

Отже, радіорепортаж – це оперативний жанр журналістики, який ґрунтується на подачі актуальної інформації та правдивих даних. Інформація відображається через безпосереднє сприймання автора, цим самим створюється «ефект присутності» слухача на місці події. Основні ознаки радіорепортажу: подієвість, динамічність, документалізм, суб'єктивізм автора, підпорядкованість чіткій структурі, елементами якої є підводка, нарація, зв'язка, кліпи, музика.

## 2.1. Виразжально-звукове оформлення радіорепортажу

Специфічною особливістю інформування на радіо є звук. Завдяки йому у програмах створюється образ, що формує у слухача уявлення про характер персонажів, життєвий досвід, викликає певні асоціації про подію, яка нещодавно сталася. Звуковий образ радіо відрізняється від образів інших ЗМІ індивідуальністю і специфічним почерком, оскільки в його основі лежать виразжальні елементи. Професор В. Лизанчук поділяє їх на 2 групи, які знаходяться в нерозривному зв'язку одна з одною. Перша група – формотворча. Її головною ознакою є стабільність, тобто група не схильна до кількісних змін. До неї належить той вихідний матеріал, яким оперує радіожурналіст: слово або мовлення, музика, шуми та документальні записи (записи, зроблені поза студією). Друга група – стилетворча. Група непостійна, може змінюватися через технічну оснащеність або особливості творчої індивідуальності ведучого. До неї відносимо використання технічних можливостей, насамперед – монтаж [38, 66]. Дослідник О. Шерель додає до стилетворчої групи такі елементи, як реверберація, звукова мізансцена, голосовий грим, прийом «буратіно» [68, 223].

Головний інструмент на радіо – усне слово. Воно має величезну емоційну силу, здатне не просто донести до слухача важливу інформацію, а й емоційно вплинути на нього, змусити співпереживати. Як зазначає науковець О. Антонова, «Слово на радіо ефективно в тому випадку, коли воно зрозуміле і не вимагає розшифрування і звернення до словників» [3, 6]. Ведучий має використовувати прості слова, які будуть зрозумілі будь-якому слухачу. Навіть якщо це повідомлення з різних сфер життєдіяльності (спорту, медицини тощо), журналісту необхідно адаптувати текст до своєї аудиторії.

Варто звернути увагу на точність і стислість мовлення ведучого. Радіослухачі не будуть слухати повідомлення з ускладненими реченнями, тим паче ефірний час на кожен програму обмежений. Тому текст автори

роблять коротким, але змістовним, а також використовують лексичні засоби акуратно та уважно, враховуючи їх багатозначність.

Радіомовлення має і невербальні виражальні елементи, які допомагають створити яскравий ритміко-мелодійний малюнок для мовлення. Дослідниця О. Антонова класифікує їх так: тонові (зміна висоти голосового тону); динамічні (тембр голосу, що створює особливу динаміку у програмах, а також розстановка та взаємна відповідність наголосів у словах); кількісні (темп мовлення, ритміка та паузи) [3, 8].

У мовленні використовують різні тональні контури з широким частотним діапазоном. Інтенсивність мови зазвичай значна і насичена, адже її відсутність перетворює мовлення на мляву і нецікаву розповідь. Чи не найважливішу роль у радіомовленні грає тембр голосу ведучого. Це вроджена особливість кожної людини, яка, на відміну від тону, залежить від організації голосу, виражає її індивідуальність. Іншими словами, тон прикрашає тембр. Науковець Д. Ревуцький виокремив 4 головні типи тембрів: золотий (урочистий, величний, гордий, яскравий, дзвінкий із тоном захоплення та натхнення); срібний (легкий, граціозний, люб'язний, передає почуття радості); мідний (тяжкий, енергійний, глухо-гулкий, із тоном обурення або суворості); оксамитовий (м'який, сердечний, журливий, меланхолічний) [72, 107]. Зазвичай сприйняття тембру голосу є суб'єктивним. Надто пискливий голос (характерний для жіночої статі) багатьох дратує, через що слухач перестає слухати ту чи іншу програму. Тому ефірні програми часто ведуть чоловіки або жінки з яскраво вираженим тембром. Його неможливо змінити, але можна спробувати знизити тональність голосу. Таким чином програма не втратить свого звучання.

Якщо говорити про темп в мовленні радіоведучого, то він зазвичай є середнім, відповідає змістові повідомлення. Надто швидка розповідь викликає емоції в читача, і тоді втрачається уся інформативність. Дослідник З. Партико зазначає, що швидкість читання тексту в радіоновинах становить близько 140-150 слів за хвилину. Для малопідготовлених слухачів (дітей), її

треба знизити на 20-30%. Якщо журналіст веде інформаційну передачу, то швидкість може навіть збільшуватися в залежності від типу програми [63, 44]. Головне, щоби слухачі встигали переосмислювати інформацію і робити висновки. Також важливо вміти правильно розставляти паузи в реченнях. Їхня тривалість залежить від значущості слів.

Одним із основних виражальних елементів у радіомовленні є музика. Вона бере участь у формуванні звукового образу, а в радіожанрах існує як самостійний елемент композиції. Дослідник П. Мірошніченко зауважує, що музика для будь-якого слухача є соціальною цінністю, оскільки улюблені пісні, що звучать у перервах між програмами або в самих програмах, не лише структурують дозвілля, а й виступають одним із каналів особистісного, суспільного та національного визнання особистості [55, 45].

Жодна радіоновина або передача не обходиться без музичного фону, оскільки він здатен до уточнення і розвитку ідейної естетичної інформації. Науковиця Ю. Любченко, дослідивши виражальні властивості музики, стверджує: «...музика здатна не просто доносити інформацію до слухача, а формувати його картину світу, впливати на психологічний стан та прийняття рішень» [46, 306]. Доречне використання музичних підводок, перебивок і фону загалом стає гармонійним доповненням будь-якої радіопрограми. При цьому важливо, щоби музика була вдало підібрана і збігалася з темою. На початку програми вона може налаштувати слухача на краще сприйняття інформації, а у кінці – залишити яскраві враження від прослуховування.

Найчастіше звуковий фон є основою радіорепортажу. Його невід'ємною частиною є шумові ефекти і документальні записи, оскільки вони створюють звукову картину того, що насправді відбувається. Важливо зазначити, що шуми не заглушають мову радіоведучого. Тому перед початком роботи ведучий тренується записувати свої слова, наприклад, на фоні криків спортивних змагань або музичних подій, щоб збалансувати рівень голосу і шумів. Дослідниця І. Головенко стверджує, що «мистецтво радіомовлення полягає у тому, щоб при мінімальній (порівняно з іншими



засобами масової інформації) кількості виражальних засобів домогтися максимального ефекту, який полягає у здійсненні мети через вплив на слухачів» [14, 137].

Наступна складова формотворчої групи – документальні записи. Вони складаються з таких елементів, як: людська мова, музика і шуми. Документалізм відображає реальну звукову атмосферу в певному місці, в певний час. Документальні записи можуть виступати як виражальним засобом, який допомагає журналісту найбільш точно відтворити подію, і в якості фоноводокумента, що вважається самостійним і додатковим доказовим аргументом конкретного матеріалу.

Дослідниця Н. Єфімова поділяє звукові і шумові ефекти на місцеві, архівні і спеціально записані [24, 79]. Місцеві ефекти відтворюють студійну атмосферу; такі звуки не записують заздалегідь, бо вони є органічною частиною самої дії: людські кроки, шелестіння паперу тощо. Архівні записи роблять заздалегідь, оскільки вони не зможуть відтворити все, що відбувається в студії. Такі звуки передають настрій або створюють певний асоціативний ряд в такому жанрі, як радіорепортаж. Спеціально записані звуки використовуються з метою створення яскравих звукових картин та відтворення ефекту присутності. Часто журналісти вдаються до щойно записаних шумів, бо вони змушують аудиторію співпереживати, спонукають стати учасниками радіопрограми. Власне записані шуми ще називають «інтершумом». Н. Єфімова тлумачить його, як документально записаний шум під час зйомки фільму, телепрограми чи радіопрограми. Іншими словами – це шумовий фон із відсутністю коментарів або голосів виконавців [24, 82]. Журналістикознавець П. Дворянин не погоджується з другою частиною висловлювання, оскільки вважає, що в радіоновинах присутні коментарі очевидців, найчастіше – це викрики демонстрантів (учасників події), але дуже емоційні і не такі чіткі, якими вони є в коментарях [20, 132]. На наш погляд, таке бачення цієї проблеми є абсолютно виправданим. Інтершум із місця події може розширити студійні рамки. Наприклад, під час

прямої трансляції сесії Верховної Ради чи обласної адміністрації ми чуємо і шелестіння паперу, і звуки системи голосування, і викрики депутатів. Таким чином, інтершум – це документально записаний шум із урахуванням голосів її учасників.

Розглянемо стилетворчу групи виражальних засобів. Одним із головних прийомів на радіо вважається реверберація. Це надання звучанню голосу чи запису події додаткового значення (ефекту «відлуння») за допомогою комп'ютерних технологій. Реверберація використовується з метою концентрації уваги аудиторії на мові журналіста, а також на деталях події, що відбулася.

Ще одним виражальним засобом вважаємо «ефект буратіно». Прийом прийшов у радіожурналістику з радіотеатру. Уперше був використаний режисером Розою Іоффе під час запису дитячої радіовистави «Буратіно». Голосом одного актора було озвучено всіх героїв спектаклю, починаючи від дзвінких ляльок, і закінчуючи грубим голосом Карабаса. Суть цього прийому полягає у прискоренні або уповільненні ходу магнітофонної плівки. Як зазначає дослідниця К. Долгіна, «...цей прийом використовується радіожурналістами для надання іронічного ставлення кореспондента до мови інтерв'ююваних» [22, 1258].

Не менш важливе значення в радіожурналістиці має звукова мізансцена. Прийом заснований на положенні мікрофону в бік учасників події, які мають до неї відношення. Тут відбувається так звана «гра з мікрофоном». Пристрій можна встановити таким чином, щоби було чути усіх людей. Як варіант, можна передавати його з рук у руки, наближатися чи відходити від механізму або обрати певну точку так, щоби один голос виходив на перший план. У такому випадку звуки будуть звучати більш змістовно й сюжетно.

В арсеналі стилетворчих засобів радіожурналістики є ще один прийом, який має назву «голосовий грим». Цей ефект прийшов із радіотеатру, тому нерідко можна почути його в дитячих радіоказках. Він ґрунтується на

наданні мові радіоведучого емоційних фарб і ритмічних особливостей. Науковиця Ю. Любченко зауважує, що робота актора радіотеатру схожа на творчу працю радіоведучого, бо як актори лялькового театру змінюють голоси для різних персонажів, так і радіоведучий казки завдяки голосовим змінам може створити образ того чи іншого героя [46, 160].

Про одну й ту саму подію можна розповісти по-різному. Репортери, щоб передати усю атмосферу того, що сталося, знаходять потрібний тон, підбирають темп і місце. Наприклад, репортаж з автомобільних змагань. З одного боку, журналіст може вести репортаж із кабіни коментатора, розповідати про гонку без оціночних суджень. З іншого боку, можна вести репортаж із самого епіцентру події, використовувати емоційно-забарвлену лексику для створення ефекту присутності. Тоді ведучий зможе залучити до прослуховування матеріалу свою аудиторію.

Ще одним стилетворчим засобом на радіо є монтаж (від франц. – «складання», «з'єднання»). Професор В. Лизанчук подає декілька значень цього поняття на радіо:

- нескладна обробка магнітної стрічки, усунення із запису невдалих або непотрібних фрагментів та склеювання окремих частин запису в єдиний матеріал;
- у широкому розумінні – це хронологічне, послідовне з'єднання матеріалу, який підсилює ефект впливу на радіослухача;
- склейка різних виражальних засобів [38, 71].

Таким чином, монтаж можна розглядати з декількох аспектів. Наприклад, дослідниця Н. Гааг виокремлює два рівні монтажу: технічний і технологічний (художній). Перший слугує для простого склеювання фрагментів програм, усунення непотрібних фрагментів, видалення повторів і нечітких записів. Другий вид монтажу будує композицію матеріалу. Його мета – створити цілісний звуковий образ, який міститиме усю палітру виражальних засобів, що зможуть відтворити матеріальний об'єкт або характер людини [8, 125]. Учений В. Смірнов додає до цієї класифікації ще й

публіцистичний вид, призначення якого – «...посилення, відтінення та поглиблення думки певної передачі або їх композиційний взаємозв'язок, коли фрагменти, що стоять поруч, здавалося б не пов'язані між собою прямо, породжують новий акустичний ракурс, нові оцінки» [81, 190].

Професор В. Шерель запропонував іншу класифікацію монтажу. Він розрізняє паралельне і послідовне з'єднання фрагментів матеріалу. Паралельний монтаж трапляється в радіожурналістиці найчастіше. Тут автор самостійно вирішує, яким чином об'єднати події, що різняться за часом і місцем, тобто такий вид монтажу не вимагає чітко вибудованої концепції. При послідовному склеюванні зберігається змістовність та емоційна завершеність звукового фрагменту [68, 165].

Науковиця Г. Айрапетян стверджує, що «...монтаж підпорядковується функції жанру його налаштованості на вирішення конкретного завдання, що зумовлює архітектоніку жанру, внутрішні зв'язки і тим самим реалізацію цієї задачі» [1, 82]. Якщо на телебаченні монтажна фраза складається з компонентів, які йдуть у сюжеті послідовно, то на радіо все залежить від кінцівки сценарних епізодів. Звукові фрагменти можуть самостійно нести емоційне навантаження, та якщо їх розглядати окремо, то вони не сформують у слухача повне уявлення про подію. Тому досвідчені журналісти при створенні радіоматеріалу зазвичай використовують послідовний монтаж.

Різновидом публіцистичного монтажу є акустичний колаж. Його історія походить із 60-х років минулого століття. Спочатку такий монтаж використовували в кіномистецтві (склеювали цитати, фрази, фотографії незвичним способом), а вже через кілька десятиліть він набув популярності у сфері радіожурналістики, де виконує функцію склеювання різних записів або музичних композицій в один аудіофайл.

Щоб зробити програму цілісною і завершеною, необхідно дотримуватися певних правил. Дослідник В. Шеїн дає декілька порад, як створити цікавий продукт за допомогою монтажу:

1) фрагменти кліпів із різними фонами слід міксувати. Закінчення одного синхрону має плавно переходити в початок іншого. Таким чином журналістський матеріал звучить природньо;

2) обрізати фрагменти краще на приголосний звук. Обрізати запис легше на твердий приголосний, оскільки він надає слову чіткого звучання;

3) уникати подвійних подихів. Слухачам може здатися, що ведучий ковтає слова через хвилювання і невпевненість у собі;

4) уникати зіткнення голосів. Голос репортера, записаний у студії, не можна зістикувати з його ж позастудійним голосом. Такий матеріал важко слухати;

5) різати записи треба тоді, коли тон радіоведучого знижується. У такому випадку фрагмент звучатиме завершеним [88, 171].

Отже, радіорепортаж – це один із оперативних жанрів журналістики, який базується на подачі актуальної, достовірної інформації з місця подій. Він має підпорядковуватися чіткій структурі. Основні її елементи – це підводка, нарація, аудіокліпи, звукові ефекти та кінцівка. Також в аудіорепортажі, як і в будь-якому іншому радіожанрі, важливе використання виражально-звукового оформлення. Музика і шуми відображають усю картину подій, створюють «ефект присутності» для аудиторії, монтаж відповідає за технічну складову радіопродукту. При послідовному «склеюванні» зберігається змістовність та емоційна завершеність звукових фрагментів, при паралельному – у слухача повне уявлення про подію.

Таким чином, звуковий образ радіорепортажу завжди базувався на гармонійному поєднанні слова, фонові музики та шумів. Створення акустичної та композиційної єдності, яке досягалося за рахунок цього, формувало в уяві слухача саме той аудіовізуальний образ, метафору якого заклав автор матеріалу. Слово поєднується з музикою, додається «драма шумів», заповнюючи «порожній простір», і так народжується звуковий образ.

З появою нових технологій, впливу процесів діджиталізації та конвергенції на функціонування ЗМІ розширюється спектр зображально-

виражальних засобів створення звукового радіобразу, ускладнюється його структура, що сприяє підвищенню медіаефективності радіопродукції, підвищенню ефективності радіокомунікації, задоволенню динамічного і мобільного попиту аудиторії.

## РОЗДІЛ 2

### СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ РАДІОРЕПОРТАЖУ У КОНТЕКСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МЕДІА

#### 2.1. Радіо в епоху конвергентної журналістики: зміна парадигми

На сучасному етапі функціонування масмедіа збільшується кількість користувачів інтернет-сайтів, зростає відвідуваність веб-ресурсів. Ця статистика свідчить про актуальність переходу традиційних СМІ в мережеві медіа, про нагальну потребу створення конвергентних редакцій, які б об'єднували, наприклад, радіо і мережеві платформи віщання.

Пристосовуючись до потреб і вимог сучасної аудиторії, радіо стрімко розвивається, проходить етапи трансформації і модифікації своїх ресурсів. Завдяки процесам технологізації і комп'ютеризації, комунікативні стратегії радіо набувають нових властивостей, видозмінюються. Цьому сприяє і процес діджиталізації, який, останнім часом, є характерним для усіх ЗМІ.

Діджиталізація – цей термін набув широкого використання останнім часом, коли у 2020 році, у зв'язку із пандемією, були змінені умови ведення бізнесу, змінені засоби комунікаційного зв'язку із споживачами, аудиторією. Корпорації, холдинги були змушені вдатися до використання діджитал-інструментів з метою забезпечення ефективної комунікації.

Діджиталізація, як поняття, було сформоване для позначення цифрової трансформації суспільства, переходу від індустріальної епохи й аналогових технологій до епохи знань і творчості, яка характеризується широким використанням цифрових технологій й інновацій.

Діджиталізація – це переведення інформації в цифровий формат, що спричиняє якісні зміни у самій сутності масово-інформаційної діяльності. Діджиталізація призвела до того, що змінився інструментарій і принципи

створення журналістського продукту – зазнали трансформації технічні інструменти і програмне забезпечення, що призвело до створення повного циклу медійного продукту на одному комп'ютері/ноутбуці/смартфоні. Це також спростило процес обробки, монтування матеріалу, дозволило формувати яскравий і помітний контент на одному пристрої. Діджиталізація посприяла також зміні жанрової системи медійних матеріалів (традиційні жанри зазнали трансформації, гібридизації, з'явилися жанри, які функціонують винятково в онлайні: це чати, інтерактивні сторіз, тощо).

Діджиталізація змінила й аудиторію, кінцевого споживача медіапродукту, почали вироблятися нові споживацькі смаки, звички, зокрема, сучасна аудиторія бажає не тільки фактів, але й «запаковування» їх в історію – сторітелінг як новий метод подання інформації. Окрім того, аудиторія перестала бути пасивним споживачем медіапродукту, вона набула функцій і виробника, і редактора медіа, набула можливості продукувати власний контент, коментувати контент, що пропонується, коригувати його. Аудиторія стала активною завдяки залученню її до створення інформаційного продукту, можливості ведення персональних блогів, додавання власних аудіо- і відеоматеріалів. Наприклад, сайт «Радіо Свобода» є інтерактивним, оскільки надає можливість аудиторії приймати участь в обговоренні матеріалу, надає можливість зворотного зв'язку. На сайті є «гарячі кнопки», за допомогою яких можна поділитися інформацією у соцмережах – це сприяє популярності сайту. Також користувач сайту сам може взяти участь у створенні матеріалу, оскільки присутня форма «запропонувати новину» у підрубриці «Я – репортер».

Поступово формуються принципові відмінності цифрової (онлайн) журналістики від традиційної, які полягають в конвергентності (здатності поєднувати на одній платформі друковані елементи з елементами аудіо, відео), інтегрованості (поєднання аналітики чи журналістського розслідування із елементами аудіо-, телешоу). Цифрова журналістика надала нові можливості для розвитку медіа, які в інтернет-середовищі набули рис



мультимедійності, трансмедійності, форматності. Також передача функцій одних ЗМІ іншим, що відбувається при конвергенції ЗМІ, «зміна ролей» дає можливість отримувати однакові за змістом медіапродукти різними каналами, транслювати їх за допомогою різних каналів комунікації. Не менш важливим у діяльності конвергентного ЗМІ є створення унікального контенту, побудова і подача якого неможлива без урахування індексування інтернет-порталу пошуковими системами. Текст, у широкому значенні цього слова, залишається домінантою медіапродукту, він наповнює конвергентне медіа, виступаючи носієм нового знання про подію, людей, відносини між ними. Саме тому, з метою збільшення індексації журналістського матеріалу, що є дуже важливим, враховуючи процеси діджиталізації, його унікальність повинна бути дуже високою.

Діджиталізація вважається базовою категорією медіаконвергентності, яка покликана призвести до зміни виробництва масмедійного продукту, до періорієнтування редакцій газет, теле-, радіо- на створення умов для забезпечення сучасним технічним обладнанням. З метою прискорення проходження етапу конвергенції до складу зазначених редакцій повинні входити фахівці, редактори нової формації, які б могли забезпечити, наприклад, адаптацію радіотекстів до трансляції на радійних інтернет-платформах.

Діджиталізація медіавиробництва дає змогу налагодити комунікацію між репортером, журналістом і редакційним колективом, між журналістом і аудиторією, дозволяє створювати і публікувати матеріали безпосередньо з місця подій, дистанційно від редакції монтувати, корегувати радіотексти. Також, завдяки широкому спектру технологічних інструментів, які надає Інтернет, у конвергентної масмедійної редакції з'являється можливість не тільки віщати аудиторії, але й залучати її до співпраці, аналізувати й контролювати її.

Як зазначає науковець В. Гвоздев, конвергенція стала можлива саме завдяки діджиталізації [9], тобто оцифруванню, цифровізації медіа,

переведенню змісту медіа у цифровий формат. Під медіаконвергенцією розуміється зближення, злиття форм віщання традиційних ЗМІ з метою створення оригінального, інноваційного медіапродукту для виконання запитів сучасної аудиторії. Останнє на сучасному етапі досягається за допомогою діджиталізації, яка передбачає технологізацію процесів збору, обробки і поширення інформації. Наприклад, діджиталізація друкованих ЗМІ призвела до появи трьох форм представлення преси у мережі Інтернет: це копії традиційних газет у форматі pdf.-файлів, це створення онлайн-версії традиційного друкованого видання і розміщення в мережі абсолютно оригінального інтернет-видання, сформованого редакційним колективом традиційного друкованого видання. Як наголошує О. Парубець, лише останній випадок можна вважати прикладом повноцінної медіаконвергентності [64, 89].

ЗМІ стають конвергентними, оскільки об'єднують у собі різні види контенту, оскільки об'єднують різні види мовлення: усного, писемного, сюди ж додається аудіовізуальний матеріал, який поширюється і через запис, і через сповіщення у реальному часі. Комунікації відбуваються з використанням нових технологій, діджитал-інструментів. Як зауважує А. Рудченко, поєднання текстового, відео- й аудіо форматів творить нову, інтегровану систему [74], нову журналістику, журналістику з новими медіатехнологіями. Інноваційною рисою конвергентних ЗМІ є використання ілюстративного матеріалу, застосування різноманітних технологій візуалізації інформації. Навіть радіорепортажі супроводжуються на сайтах конвергентних ЗМІ, радіоплатформ фотогалереями, заголовковим комплексом вербального матеріалу з фотоілюстраціями. Наприклад, головною платформою «Радіо Свобода» з 2001 року є інтернет-сторінка, невід'ємною частиною якої виступає візуальна складова. Візуалізація полегшує сприйняття повідомлень, оскільки інформаційна перенасиченість ускладнює адекватне «прочитання» і «прослуховування» інформації. Також, як зазначає В. Шевченко, головною перевагою візуального контенту є те, що

він швидко повідомляє інформацію і має велику здатність до запам'ятовування [87, 47].

На думку дослідника І. Новосельського, конвергентні медіа мають певні властивості: можливість поєднання різних типів мовлення на одному ресурсі, присутня можливість одночасного викладу й інтерпретації інформації, інформація є персоналізованою, характеризується конкретністю формулювання, орієнтованістю на життєве середовище, адресністю; характерними також є інтерактивність та запровадження онлайн-комунікації, також функціонують стрімінгові сервіси; є можливість оцифрування видань та створення електронних архівів [59, 58].

З розвитком технологій, змін радіо також модернізується, змінюється, намагаючись завоювати увагу аудиторії різноплановістю матеріалів, багатоаспектністю висвітлення тем, каналів передачі інформації. Редакції радіо також конвергентизуються, продукують нові формати подання інформації, опановують нові майданчики для просування контенту. Ця нова парадигма, в межах якої тепер функціонує радіо, виступає не стільки засобом, скільки процесом, в якому творці і споживачі інформації міняються місцями, їх стосунки носять мережевий характер, а медіапродукт, який виробляється внаслідок цих стосунків, має інтеграційний і мультимедійний характер. Мультимедійність сприяє тому, що ЗМІ стають конкурентоспроможними, змінюються їх стратегії, вони стають трансмедійними, їх діяльність розгортається на декількох платформах.

Головною метою діяльності радіо, як масмедіа, є забезпечення аудиторії оперативною, об'єктивною, якісною, окрім того, цікавою інформацією щодо подій в країні і світі. В епоху діджиталізації і медіаконвергенції радіогалузь також зазнала докорінних змін, які відобразилися у гібридизації жанрових форм, напрацюванні нових форматів (наприклад, мультимедійні репортажі, інтегровані репортажі – аудіофільми), створенні нового типу контенту (наприклад, подкасти, нові теми), зміни підходів у взаємодії з аудиторією (інтерактивний зворотній зв'язок).

Радіо переходить в онлайн і у зв'язку з цим набуває нових властивостей: запитаним стає відеострімінг радіопрограм, з'являється можливість накопичувати і зберігати файли з аудіоінформацією, прослуховувати їх у будь-який зручний час; поширюються інтернет-платформи й інтернет-радіо, радійнні комунікації стають широкоформатними, здатними охопити якомога більше сучасної мобільної аудиторії.

Радіостанції із традиційних мовників перетворюються на конвергентні редакції – медіахолдинги, медіакорпорації – здатні утворювати тісні зв'язки між різними каналами мас-медіа: друкованими ЗМІ, радіо, телебаченням, Інтернет-порталом; змінюються і способи збору, обробки інформації, випуску контенту; професія журналіста набуває універсальності, як тематичної, так і рольової. Як наголошує О. Яковченко, «щоб успішно використовувати ресурси інтернет-платформ..., штат працівників конвергентних медіа повинен володіти технологіями створення мультимедійних жанрів, розширювати межі своїх вмінь...» [90, 16], вони повинні володіти навичками роботи із складною технікою, мати навички дизайну та режисерування матеріалів.

Отже, процеси діджиталізації й конвергенції на сучасному етапі функціонування ЗМІ визначають інформаційно-комунікаційну ситуацію в суспільстві, спрощують доступ до інформації, таким чином сприяючи збільшенню кількості аудиторії й радіо зокрема. У радіослухачів з'являється можливість ознайомлення з контентом з будь-якого носія і у будь-який момент.

Конвергенція обумовлює еволюцію традиційних засобів масової інформації, яка характеризується розширенням комунікаційних платформ для просування інформаційного ресурсу, поширення його контенту, характеризується організацією зворотного зв'язку, завдяки чому забезпечується інтерактивна властивість медіа.

Інтеграційні процеси, що відбуваються у сфері комунікацій, призводять до появи конвергентних цифрових мереж, до складу яких входять і радіо, й

Інтернет, й телекомунікаційні пристрої, й голосовий зв'язок, тобто все те, що може запропонувати сучасні інтерактивні цифрові технології. Тамі зміни породжують нові медіапродукти, які завдяки своєму новому цифровому формату легко транспортуються по будь-якому каналу комунікації на будь-які території.

## **2.2. Інноваційні медіапродукти в ефірах програм «Українського радіо», «Громадського радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ»**

Завдяки процесам діджиталізації і конвергенції, функціональне поле ЗМІ розширюється, збільшується діапазон їхніх комунікативних стратегій, у ЗМІ з'являється більше можливостей. На думку П. Мірошніченко, сучасні радіомовники почали активно використовувати «тренди» мас-медійної галузі: жанрову гібридність, конвергентність, мультиплатформність, візуалізацію, потужні мультимедійні пристрої, сучасне технологічне обладнання [53, 86], що зробило радіокомунікацію більш оперативною, ефективною, урізноманітнило її жанрово-тематичний діапазон.

Українське радіо, яке є найстарішим радіо країни, мовить на трьох каналах: Першому (УР1) – позиціонується як розмовний, новинний суспільно-політичний; Другому – «Радіо Промінь» – молодіжний музично-розмовний канал; Третьому – «Радіо Культура» – мистецько-просвітницький канал.

Перший канал Українського радіо (УР1) транслює свої програми в середньохвильовому діапазоні на частоті 549 КГц і покриває більшу частину території України: вдень близько 60% покриття з окупованими територіями, а з вечора до ранку мовлення УР1 охоплює всю територію України.

Основу УР1 становить суспільно-політичний контент: перевага надається інформаційним випускам про важливі, актуальні події, що є на

часі, передачам громадсько-політичного та соціально-економічного характеру. У програмній сітці цього каналу – інформаційні («Сьогодні. Зранку», «Сьогодні. Вдень», «Сьогодні. Ввечері»), суспільно-політичні («Громадська хвиля»), та розважальні програми «Королі і капуста», «Радіодетектив тощо»). Головне завдання УР1 створювати всебічну, виважену інформаційну картину дня. Перший канал Українського радіо надає своїм слухачам ексклюзивну інформацію. Це досягається за допомогою власної розгалуженої кореспондентської мережі в Україні та за кордоном. Місією Українського радіо є об'єднання слухачів на засадах патріотизму, пошани до рідної мови, культури, духовних цінностей.

Позиціонуючи себе як новинний канал, УР1 відповідає цій концепції. Новини відслідковуються в інформаційній службі Українського радіо щогодини з 6.00 до 23.50. У новинах звучать хронікальні, рідше – розширені повідомлення. Репортажі лунають не в кожному випуску, оскільки новини тривають від 4 до 10 хвилин. Зазвичай, це події, змонтовані репортажі про політичні ситуації в країні, стихійні лиха, суспільні проблеми тощо. Рідше зустрічаються «живі» репортажі, коли в прямому ефірі до студії приєднується кореспондент.

Цікавими є репортажі у програмі «У пошуках української мрії», які вмонтовані в сюжет програми, є її частиною. Програми цього циклу пов'язані з різними темами: як живуть музиканти після закінчення консерваторії; чи виживуть українські фермери, коли і далі українське зерно буде продаватися за кордон; як живуть українці з ДЦП; як зберегти українське минуле – чим живуть реставратори, тощо. Звуковий образ заявленої теми створюється за допомогою тексту ведучого/ведучої, музичного фону, що його супроводжує, звуків/шумів, що створюють «ефект присутності», розмов/бесід з героями програм. Тобто звукове оформлення зазначених радіопроектів не є динамічним, інтерактивним, воно тяжіє до традиційної форми радіорепортажу, що є органічною частиною програми. Істотних змін звукового образу у даному випадку не спостерігаємо. Жанр самої програми

визначається як гібридний, оскільки, крім репортажу, сюди входить радіоновина, радіоінтерв'ю, радіобесіда, тощо.

Радіо можна слухати в прямому ефірі на офіційному сайті, в соціальних мережах, на YouTube-платформі або в подкастах інтернет-ресурсів Soundcloud, Mixcloud. На сучасному етапі усі три канали «Українського радіо» почали мовлення у цифровому форматі. Тепер їх можна слухати на приймачах, які мовлять у форматі DAB (DAB+).

Репортажі Першого каналу Українського радіо отримують гідні відзнаки на міжнародних конкурсах. Прикладом цього є програма-репортаж «Казкові гостини», представлена у 2008 році журналісткою Аліною Акуленко на міжнародному конкурсі радіопрограм у межах національного радіофестивалю, який проводить Організація радіо- і телебачення Ісламської Республіки Іран. Програма знайомить з традиціями святкування Дня Святого Миколая у Карпатах зокрема, і в Україні загалом.

Цікавою незалежною «розмовною» радіостанцією є Громадське радіо, створене у 2013 році командою журналістів. За словами його засновників, подає неупереджену, достовірну, об'єктивну інформацію і аналіз подій в Україні та світі. Громадське радіо позиціонується як некомерційна, недержавна радіостанція формату news & talk, що має мережу мовлення як у Києві, так і на Донбасі, потенційну аудиторію у кілька мільйонів слухачів. Існує також hromadske.radio – новинно-просвітницька мультимедійна платформа Громадського радіо, яка продукує як текстові, так і аудіоматеріали через сайт або мобільні додатки. Засновники Громадського радіо заявляють про себе як «бізнес-модель незалежного публічного медіа», журналістика якого є засобом розвитку демократичного суспільства.

Розглянемо програмну сітку Громадського радіо. Зранку в ефірах Громадського радіо лунають програми, в яких ведуться дискусії з приводу найважливіших подій в Україні та світі («Громадська Хвиля», «Турборанок», «Донбас»), удень транслюється передачі «Донбас. Реалії» (проект українського радіо «Свобода») та «Кримські реалії». У перервах між

програмами лунає музика. Щогодини з 8 до 22 звучать новини, а о 12 та 18 годині – розширені випуски новин. У вихідні входять «Підсумки тижня».

У новинних блоках Громадського радіо фактично не лунають події репортажі. Ефіри тривають 7-10 хвилин, а основним жанром є хронікальне повідомлення. Інколи ведучі намагаються змішати декілька жанрів, аби створити «ефект присутності», правдоподібності створеної ситуації для аудиторії. Спочатку вони проголошують новину, потім деталізують її, вставляють аудіокліп із коментарем експерта, доповнюючи його висловлювання своїми висновками. При цьому не використовуються виражальні засоби, окрім фонові музики, яка супроводжує новинні тексти. На сайті є окрема рубрика «Новини», де в текстовому варіанті викладають актуальні події, які не ввійшли в ефір. На платформі «SoundCloud» окремо викладені репортажі.

У грудні 2020 року на Громадському радіо почав виходити спецпроект російською мовою «Крым 2014: украденная весна» [19]. Це серія подкастів про анексований півострів. Автори ставлять за мету не просто відтворити події в хронологічному порядку, а показати радіослухачам причинно-наслідкові зв'язки, що призвели до втрати Україною Кримського півострову. Наразі вийшло 8 випусків, тривалістю від 20 до 30 хвилин [19].

Ведучою проекту стала кримчанка, журналістка Ярослава Вольвач. Щоб зібрати матеріал і створити цікаві програми, журналістка поговорила з десятками людей, які стали свідками російського вторгнення, з українськими військовими, з тими, хто на той час мав право віддавати накази. Програму було вирішено створювати і транслювати російською мовою щоб якомога більше людей почуло цю інформацію: не тільки в Україні, але й за її межами.

На півострові Крим минуло дитинство Ярослави Вольвач та пройшли її шкільні роки. У зв'язку з воєнними діями дівчина була змушена переїхати до більш безпечного міста. Тому вона, як ніхто інший, може донести до аудиторії достовірну інформацію, розкрити й пояснити всі питання, пов'язані з подіями 2014 року на території Криму.



Спочатку, 5 грудня 2020 року вийшов трейлер подкасту «Крым 2014: украденная весна». Його хронометраж дорівнює 3 хв 56 сек. У ньому Ярослава Вольвач оглядово розповідає про те, з чого все почалося. Уводить до репортажу пряму мову президента Росії Володимира Путіна, який, спочатку говорить про визнання кордонів України з Кримом, потім зізнається, що «зеленые человечки», які заповнили Крим у 2014 році – російські військові. Журналістка у першому випуску спецпроекту заявляє про його мету – що це подкаст про відповідальність і за тимчасову анексію, і за те, чому був зданий Крим. Далі виходять випуски, присвячені подіям того часу: мітингу під Верховною Радою у Сімферополі, незаконному «референдуму», тощо; також випуск, присвячений кримським військовим «Предатели и герои». Цей випуск став останнім подкастом спецпроекту «Крым 2014: украденная весна». Він вийшов 17 лютого 2021 року і завершив серію репортажів про анексований півострів. Випуск триває 31 хв 26 сек, і весь цей час аудиторію тримає в напрузі сповнений болю і жалю голос авторки програми Ярослави Вольвач, яка намагається знайти відповіді на питання: чому так вийшло? Хто в цьому винен? Репортаж починається із запису присяги українських військових служити народу України, захищати кордони і територіальну цілісність України. А далі мова йде про зраду одних і подвиг інших, про злочинців і героїв. Журналістика наводить статистичні дані, що із 13 тис. військовослужбовців Збройних сил України, що у 2014 році були розміщені у Криму, лише 3900 залишилися вірними присязі.

Формат подкасту для висвітлення заявленої ідеї був обраний з метою донесення до аудиторії актуальної, швидкої, короткої та системної інформації про значимі для країни і громадян події. Подкаст є результатом виникнення нових цифрових технологій. Це публікація аудіо та відео в Інтернеті, яка супроводжується можливістю підписки на цей аудіо- та відеоконтент. А. Досенко вважає доцільним надати таке визначення подкасту: «новітній формат мережевого ЗМІ, що містить цифровий контент, до розповсюдження якого може долучитися не лише автор, а цільова

аудиторія...» [23, 47-48]. На думку дослідниці, на сучасному етапі розвиток та поширення подкасту пов'язані саме з радіо, тому варто його визначити як форму саме радіожурналістики [23,48].

Алгоритм підготовки подкасту можна розписати наступним чином: потрібно обрати тему (у нашому випадку це тема анексії Криму); по-друге, підготувати тези – «кістяк» програми (такою тезою стала теза наступного змісту: ««Крим 2014: вкрадена весна» – це серія подкастів про відповідальність за окупацію й втрату півострова. Спроба не тільки відтворити хронологію подій, а й показати причинно-наслідкові зв'язки, які призвели до катастрофи, що розділила новітню історію Європи на «до» і «після»»); по-третє, записати аудіоматеріал (було зроблено 8 радіопрограм); далі – монтаж (монтаж програм спецпроекту «Крым 2014: украденная весна» дуже складний і вдалий, нагадує монтаж радіофільмів, а також нового сучасного радіоформату – аудіофільмів); і останнє – оприлюднення матеріалу на сайті.

Документальний подкаст, як інноваційний медіапродукт, що був презентований на інтернет-платформі Громадського радіо, зміг привернути увагу аудиторії до серйозної проблеми пошуку правди про окупацію півострова. Формат подкасту дозволив ведучій Ярославі Вольвач донести свою ідею «украденої весни», відповідальності за скоєне завдяки емоційності матеріалу, широкій палітрі звуків і шумів, завдяки архівним записам прямої трансляції з місця подій.

Спецпроект «Крым 2014: украденная весна», як серія документальних подкастів, розміщений на сайті представництва Президента України у Автономній республіці Крим, що свідчить про визнання достовірності і об'єктивності подання матеріалу, про якісний, унікальний контент, який на сьогодні презентує Громадське радіо.

«Радіо Свобода» пройшло шлях від звичайного традиційного мовника до конвергентного ньюзруму, медіакорпорації, яка позиціонує себе як приватний некомерційний інформаційно-новинний засіб масової інформації.

На сучасному етапі кореспондентська мережа радіостанції включає близько 23 інформаційних бюро і 1400 позаштатних кореспондентів. Мовлення ведеться на території України, Росії, країн Азії та Південно-Східної Європи. Київське бюро «Радіо Свобода» складається з власне національних проєктів і спеціалізованої національної продукції з власними платформами для розміщення продукту.

У 2020 році Інститутом масової інформації було проведене незалежне дослідження, згідно з яким «Радіо Свобода» увійшло до «білого списку» українських медіа, які мають високий рівень якісної інформації (понад 95 %).

«Радіо Свобода» є незалежною медіакорпорацією, яка фінансується конгресом США і керується законодавством США, виробляючи професійний журналістський продукт – точну й об'єктивну інформацію [71]. Журналісти «Радіо Свобода» ставлять за мету досягти найвищих стандартів об'єктивної журналістики [71] і подавати новини без цензури, створювати територію для відкритого обговорення проблем.

На сьогодні «Радіо Свобода» віщає на різних платформах, у тому числі інтернет, радіо, телебачення, відео. Унаслідок розвитку цифрової журналістики, українська редакція «Радіо Свобода» стала помітним суб'єктом сучасного медіапростору.

Позначення «радіо» зберіглося у назві медіакорпорації як таке, що означає відомий бренд «Радіо Свобода», але, наразі, трансляція ведеться на декількох платформах, концентруючи домінуючий аудіоконцепт «радіо». Можливість розміщати основний матеріал на різних пристроях одночасно (планшеті, смартфоні) залучає більшу кількість аудиторії, яка через широкий арсенал навігації також володіє можливістю коментувати публікації без додаткової реєстрації на сайті через соцмережі, підписуватися на розсилки і сторінки у соцмережах.

Конвергенція медіа призвела до конвергенції жанрів. В епоху цифрової журналістики це спричинило появу нового популярного жанру – мультимедійного репортажу. Його мультимедійність формується завдяки

одночасному використанню фото, графіки, широкого діапазону аудіоелементів. Об'єднуючись в одному матеріалі вони являють собою цілісний інноваційний медіапродукт. Саме таким медіапродуктом є мультимедійний репортаж журналістів «Радіо Свобода» Тетяни Якубович і Сергія Коровайного «Мінна долина. Як розмінують землю Донбасу», який вийшов в ефір у 2018 році, а у 2019 році його було визнано найкращим репортажем на конкурсі «Честь професії – 2019».

Початок матеріалу складається із фото великого формату, на якому прописаний заголовок. Далі йде текст частинами – особливості верстки. Текст чергується з фотоілюстраціями, доповнюється ними. Фотографії представлені циклами – групами, їх можна «гортати». Присутні цитати, інформаційні врізки. Новацією цього репортажу є фоновий звук, який складається зі звуків, шумів, що передають атмосферу події, дозволяють уявно перенестися в епіцентр подій, відчутти напруженість ситуації – кроки людей, що беруть участь у розмінуванні, їхні розмови, дихання, гавкіт собак, хлюпотіння води, тощо. Все це допомагає уявити складність процесу розмінування, ніби також прийняти участь у ньому, настільки реалістичним, відчутним видається створений таким чином «ефект присутності». Особливості створення звукового образу цього мультимедійного репортажу полягають у вдалому сценарії звукоподання – у якісному аудітілі, якій вдало відображає настрій тексту.

Цікавими мультимедійними репортажами «Радіо Свобода» є також інші матеріали, присвячені військовим діям на Донбасі: «На лінії: Баба Маша» і «На лінії: баба Тоня» – як живуть пенсіонери поблизу лінії розмежування, людські життєві долі, долі стареньких жінок-матерів, які випили свій біль, і звикли до «прифронтового» життя. Ці репортажі відрізняються однаковою унікальною версткою – наявний текст і відео, створені у форматі монологів головних героїнь.

Також цікавим є спецпроект «Радіо Свобода», який має заголовок «Донбас. Реалії». Він має властивості інноваційного медіапродукту,

репрезентованого на радійних комунікаціях вперше. Журналісти «Радіо Свобода» позиціонують контент проекту як такий, що спрямований для Донбасу і на Донбас – це ексклюзивний матеріал з окупованих міст і лінії фронту, який подається у форматі мультимедійних репортажів, що супроводжуються відео й фотоілюстраціями.

Радіопрограма «Донбас. Реалії» [13] виходить щоденно і супроводжується одночасно онлайн-трансляцією з радіостудії для YouTube, також обов'язково на сайті розміщується текстова версія матеріалу. Медіапроект займає окрему сторінку на сайті української служби «Радіо Свобода» [13].

Проект було започатковано у січні 2016 року з метою відображення реальності зони конфлікту, продукування радіослухачам збалансованої, правдивої інформації про те, що відбувається по обидві сторони зони розмежування. Редакція на чолі з головною редакторкою Тетяною Якубович позиціонує цей проект, як радіо, яке можна дивитися (YouTube і Facebook), читати на веб-сайті «Радіо Свобода» і з яким можливий зворотній зв'язок через соцмережі, тощо. Обравши домінантною жанровою формою репортаж, автори проекту почали широко використовувати різноманітні допоміжні засоби увиразнення матеріалу: шуми різної природи, вдале чергування їх із синхронами героїв, вдале поєднання із авторським текстом, – що забезпечило багатство звукової доріжки й відчутний «ефект присутності». Відмінністю текстової складової такого репортажу спецпроекту є його синтаксична будова – це поєднання коротких речень і простих слів, які передають атмосферу ситуації, того, що відбувається. Основна характеристика радіорепортажів спецпроекту «Донбас. Реалії» – це мультимедійність, яка обумовлюється процесами конвергенції: створюється текст, начитується текст автором матеріалу, потім робиться вдалиий монтаж, доповнюється фотоілюстраціями. Медіаконтент цього спецпроекту є досить актуальним, загальнозначимим, привабливим різножанровими повідомленнями, спрямованим на масову аудиторію. Останнім часом медіаконтент в парадигмі

медіаконвергенції також характеризується глобалізаційними процесами, які пов'язані з глобальною значущістю (наприклад, проблема Донбасу, Криму хвилює не тільки Україну, але й Європейську спільноту, Євросоюз), людиноорієнтованістю, постійною створюваністю (це спецпроекти з циклами репортажів), контексністю (матеріали схожої тематики взаємодоповнюються, теми продовжуються, уточнюються), тощо.

Отже, інноваційні медіапродукти – мультимедійні репортажі «Радіо Свобода» відрізняються особливістю верстки, використанням одночасно текстового і аудіовізуального контенту. Також, зважаючи на хронометраж випусків, документалізм, подієвість та «ефект присутності», можемо визначити жанр програми – спеціальний тематичний репортаж. Це особливий вид репортажної журналістики, в основі якого знаходиться актуальна тема, ситуація або проблема, яка потребує від журналіста ретельного вивчення. Велику роль грає не оперативність, а підготовка, аналіз документальних джерел, проведення опитування серед очевидців події, обґрунтування й написання висновків.

Процеси диджиталізації призвели до перетворення радіо з традиційного ЗМІ на медіахолдинг, як це сталося з «Радіо НВ», унаслідок чого збільшилася кількість програм до 20, кількість ведучих збільшилася до 30, збільшилася зона покриття – це 80% території України; було встановлено 40 передавачів більше ніж у 250 містах України, кількість аудиторії зросла до 515 000 слухачів щотижня; з'явився сайт nv.ua, користувачами якого є 11 млн відвідувачів щомісяця; було створено подкасти НВ, користувачами яких є близько 500 тис. активних відвідувачів на місяць. «Радіо НВ» вийшло й у соціальні мережі, де з його продуктами ознайомлюються й коментують більше ніж 550 тис. дописувачів. Аудиторію «Радіо НВ» було окреслено таким чином: 69% чоловіків і 31% жінок віком від 30 до 65 років з високим рівнем доходів, вищою освітою, цілеспрямованих і активним, які мають сім'ю і цінують свій час [Дізнайся про нас більше] [69].

Спочатку «Радіо НВ» презентувало себе як розмовне радіо, яке віщає в інформаційно-просвітницькому форматі, виробляє новини, авторські, дискусійні, аналітичні програми, які виходять або у запису, або у прямому ефірі. Ефективна радійна комунікація «Радіо НВ» була гідно оцінена організаторами шанованого журналістського конкурсу «Честь професії» у 2020 році, коли ведуча інформаційно-публіцистичної програми «Саме там» Ірина Лопатіна отримала нагороду «Найкращий аудіоматеріал» за проект «Війна, яка гвалтує», присвячений ставленню до жінки під час війни на Донбасі. Ведучий вдалося створити актуальний, цікавий аналітичний репортаж, презентувавши його як складний інноваційний радіопроєкт, який характеризується складністю як монтажу, сценарію, так і створеного багаторівневого звукового образу, який відрізняється конвергентністю, поліфонією, мозаїчністю, багаторівневою структурою. Як наголошує дослідниця А. Скуртул, «шляхом добору адекватної форми звукового вираження, журналістці вдалося створити вражаючий «жіночий образ» війни, який виступає ретранслятором нівелювання морально-етичних і духовних цінностей» [78, 68]. Для втілення авторського задуму журналістка обрала формат аудіофільму, який є результатом поєднання комунікативних практик радіо і телебачення, це дозволило їй зробити нелінійний сюжет, навіть репрезентувати в одному сюжеті декілька невеликих сюжетів, пов'язаних тематично, оминувши просторову послідовність, унаочнити аудіоматеріал аудіоефектами (багатоголосся, шуми, описи). Створений звуковий образ Війни, яка є нещадною до жіноцтва, вийшов вражаючий своєю правдивістю, емоційністю і яскравістю. Авторці проекту вдалося привернути увагу не тільки широкої аудиторії, але й громадськості, експертів, які відмітили якість й інноваційний характер аудіоматеріалу.

Ірина Лопатіна є авторкою й інших проєктів у програмі «Саме там», які можна визначити як спеціальні репортажі, «упаковані» у формат аудіофільму. Саме як документальні аудіофільми про людей, міста, події і відкриття як в Україні, так і світі анонсовано репортажі в програмі «Саме

там», ведучими якої виступають Ірина Лопатіна і Богдан Амосов. Їх цікавлять різні актуальні теми: вони згадують про Голодомор, Чорнобиль, піднімають проблеми забруднення навколишнього середовища, проблеми міграції й заробітчанства українців, болючу проблему окупації Криму, намагаються міркувати над тим, які професії будуть потрібні у майбутньому, тощо.

Отже, формат аудіофільму посідає особливе місце на «Радіо НВ». Ведучий Богдан Амосов сам визначає жанр програми – спеціальні репортажі, які переносять радіослухача в минуле або розповідають про далеке майбутнє. За 3 роки існування програми аудиторія «побувала» в Чорнобилі, на Марсі, у воді та під водою тощо. Згодом до проекту приєдналася українська журналістка Ірина Лопатіна. Окрім того, вона є співавторкою аудіофільмів та спеціальним кореспондентом. Зараз аудіофільми лунають у прямому ефірі, пряму трансляцію можна послухати на You-tube каналі автора й ведучого Богдана Амосова. Окрім цього, випуски зберігаються в подкастах на офіційному сайті радіостанції, різних інтернет-платформах потокового аудіо.

Таким чином, поява інноваційних медіапродуктів в ефірах програм вітчизняного радіо пов'язана із стиранням меж між телекомунікаціями, між, наприклад, теле- і радіомовленням, мереживими ЗМІ. Розвиток звукового образу пов'язаний із розвитком новітніх технологій і власне технологічним розвитком радіо, який пояснюється застосуванням цифрових технологій, комунікативними особливостями комерційного радіоефіру.

Українське радіо, яке є найстарішим радіо країни, мовить на трьох каналах: Першому (УР1) – позиціонується як розмовний, новинний суспільно-політичний; Другому – «Радіо Промінь» – молодіжний музично-розмовний канал; Третьому – «Радіо Культура» – мистецько-просвітницький канал. УР1, який позиціонує себе як новинний канал, зазвичай, використовує репортажі традиційного формату: події, змонтовані репортажі про політичні ситуації в країні, стихійні лиха, суспільні проблеми тощо. Рідше зустрічаються «живі» репортажі, коли в прямому ефірі до студії



приєднується кореспондент. Це пояснюється не таким швидким розвитком цієї радіостанції, яка постійно недоотримує фінансування від держави. Звукове оформлення репортажів, що є частиною програм УР1 не є динамічним, інтерактивним, воно тяжіє до традиційної форми радіорепортажу, що є органічною частиною програми. Істотних змін звукового образу у даному випадку не спостерігається. Жанр програм визначається як гібридний, оскільки, крім репортажу, сюди входить радіоновина, радіоінтерв'ю, радіобесіда, тощо.

Незалежною «розмовною» радіостанцією є Громадське радіо, яке подає неупереджену, достовірну, об'єктивну інформацію і аналіз подій в Україні та світі. Громадське радіо позиціонується як некомерційна, недержавна радіостанція формату news & talk, що має мережу мовлення як у Києві, так і на Донбасі, потенційну аудиторію у кілька мільйонів слухачів. Існує також hromadske.radio – новинно-просвітницька мультимедійна платформа Громадського радіо, яка продукує як текстові, так і аудіоматеріали через сайт або мобільні додатки. У грудні 2020 року Громадське радіо презентувало інноваційний медійний продукт – спецпроект документальних подкастів російською мовою «Крым 2014: украденная весна». Формат подкасту для висвітлення заявленої ідеї був обраний з метою донесення до аудиторії актуальної, швидкої, короткої та системної інформації про значимі для країни і громадян події. Формат подкасту дозволив ведучій Ярославі Вольвач донести свою ідею «украденої весни», відповідальності за скоєне завдяки емоційності матеріалу, широкій палітрі звуків і шумів, завдяки архівним записам прямої трансляції з місця подій. Подкаст є результатом виникнення нових цифрових технологій.

«Радіо Свобода» пройшло шлях від звичайного традиційного мовника до конвергентного ньюзруму, медіакорпорації, яка позиціонує себе як приватний некомерційний інформаційно-новинний засіб масової інформації. Інноваційним медіапродуктом «Радіо Свобода» є продукування мультимедійних репортажів, які відрізняються особливістю верстки,

використанням одночасно текстового і аудіовізуального контенту. Мультимедійність репортажів «Радіо Свобода» формується завдяки одночасному використанню фото, графіки, широкого діапазону аудіоелементів. Об'єднуючись в одному матеріалі вони являють собою цілісний інноваційний медіапродукт.

Процеси діджиталізації призвели до перетворення «Радіо НВ» з традиційного ЗМІ на медіахолдинг. Журналістам «Радіо НВ» Богдану Амосову й Ірині Лопатиній у програмі «Саме там» вдалося створити новий гібридний жанр – актуальний, цікавий аналітичний репортаж – аудіофільм, презентувавши його як складний інноваційний радіопроєкт, який характеризується складністю як монтажу, сценарію, так і створеного багаторівневого звукового образу, який відрізняється конвергентністю, поліфонією, мозаїчністю, багаторівневою структурою.

Отже, цифрова журналістика починає функціонувати за новими правилами, які продовжують формуватися й еволюціонувати внаслідок розвитку цифрових технологій.

### РОЗДІЛ 3

## ГІБРИДИЗАЦІЯ СУЧАСНОГО РАДІОРЕПОРТАЖУ (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ Б. АМОСОВА «САМЕ ТАМ» НА «РАДІО НВ»)

### 3.1. Звуковий образ у спеціальних репортажах – аудіофільмах Б. Амосова на «Радіо НВ»

У зв'язку із зміною запитів аудиторії, технологізацією засобів радіовиробництва, процесів діджиталізації і конвергенції, постає питання про пошук нових форм «упакування» контенту. Як зауважує В. Гвоздєв, жанри, які були властиві одній медіаплатформі, проникають в інші й асимілюються з ними [9]. Трансформації в медіасистемі змушують журналістів вдаватися до пошуку нових форм ефективної радіоної комунікації. Зміни в сучасній медіасистемі позначаються і на сценарній основі радіоконтенту. Інноваційними медіапродуктами можна вважати аудіофільми Богдана Амосова, що виходили щотижня у програмі «Саме там» на «Радіо НВ».

Богдан Амосов журналіст, радіоведучий, працював на радіостанціях «Авторадіо», «Голос Столиці», «Радіо Вести». На сучасному етапі є автором програми «Без кісток» на «Радіо НВ», також два роки разом з журналісткою Іриною Лопатиною був ведучим і автором програми «Саме там», яка виходила на «Радіо НВ» у 2018-2019 роках. Зараз ці програми, завдяки процесам діджиталізації, новітнім комп'ютерним технологіям можна прослухати у записах – долучитися до архівів.

Перший випуск програми «Саме там» був присвячений подіям п'ятидесятирічної давності – першій висадці людини на Місяць, – і мав назву «Політ Аполлона». На сайті медіахолдингу був опублікований анонс

аудіофільму, у якому повідомлялося, що до 50-річчя висадки людини на Місяці буде опубліковано аудіофільм спеціального кореспондента «Радіо НВ» Богдана Амосова в рамках програми «Саме там», в якому буде розповідатися про історичний політ, який назавжди увійшов в історію підкорення космосу [70].

Аудіофільм «Політ Аполлона» (космічна програма), присвячений польоту екіпажу американського космічного корабля «Аполлон-11», який 20 липня 1969 року висадився на Місяць. Створення радіопроєкту стало можливим завдяки опублікованим NASA аудіозаписам, зробленим під час висадки екіпажу на поверхню супутника Землі. Були оприлюднені 19 тис. годин аудіозаписів, які «пролили світло» на невідомі раніше деталі операції. Журналіст опрацював архівні записи місії «Аполлон-11», події світового масштабу, включив ці записи у сюжет радіопроєкту, завдяки чому йому вдалося створити «ефект присутності». Як стверджує дослідниця М. Слюсаренко, «...репортажна форма цінна достеменністю відтворення...» при жонглюванні вдало дібраних фрагментів реальності [79].

Документальний аудіофільм «Політ Аполлона» журналіст починає із архівних записів – трансляція американських ЗМІ про прилунення «Аполлона-11» з трьома астронавтами на борту. Зав'язка є досить ефектною, оскільки слухачі відразу занурюються у самий центр події. Шуми, спецефекти запису тих років підкреслюються реальність того, що відбувається, дають змогу відчути значимість події. Далі журналіст розповідає про підготовку до польоту, зазначає той факт, що дві супердержави СРСР і США вели змагання щодо підкорення космосу, і цей політ американського космічного корабля був відповіддю Радянському Союзу на політ Юрія Гагаріна у Космос. Розповідь ведучого супроводжується музичним фоном, що створює відповідний настрій щодо сприймання історії польоту. Далі йдуть записи трансляції американських ЗМІ, які повідомляли про перебіг польоту, далі записи прямої мови – бесіди космонавтів на борту «Аполлон-11», пряма мова космонавта Ніла

Армстронга, командира корабля, який першим із землян ступив на поверхню Місяця. Потім знову чуємо голос ведучого, який змінює інтонацію, темп і тембр голосу: то розповідає повільно, то підвищує, акцентуючи увагу на важливих моментах розповіді. Закінчується аудіофільм висновками ведучого про місію «Аполлон-11».

Документалізм зображення дійсності є найважливішою характеристикою репортажу. Документальність радіопроєкту Богдана Амосова «Політ Аполлона» досягається завдяки широкому використанню архівних записів, нещодавно оприлюднених NASA, записів прямої трансляції польоту, прямої мови героїв сюжету, а також записами шумів, які астронавтам вдалося привезти з експедиції.

Після прослуховування аудіофільму перед нами постає яскраве полотно – звуковий образ гімну людству, гімну людського розуму, який спромігся на такий подвиг – підкорення далекого і непізнаного. Інтонація, з якою ведучий розповідає про політ астронавтів, передає його відверте захоплення подією; коментарі до окремих сюжетів – проблеми під час прилунення, радість вдалого польоту і повернення астронавтів на Землю – записи з пункту керування польотом – уся добірка матеріалу свідчить про ретельне опрацювання архівів, усієї достовірної інформації, що стосується події. Ефективність радіокомунікації залежить від специфіки сприйняття акустичної інформації аудиторією, від створення в уяві радіослухачів тих внутрішніх ефектів, які допомагають адекватно зрозуміти (за допомогою асоціацій, «ефекту слухобачення») сенс, зміст звукового образу. Ефективність звукового образу програми «Політ Аполлона» є вражаючою, оскільки із самого початку програми, завдяки «ефекту слухобачення», ми уявно переносимося на місце події, створюється враження, ніби астронавти поруч з нами, і ми реально спостерігаємо за польотом.

Хронометраж програми «Політ Аполлона» досить довгий: 40 хв. 53 сек. Сприймати довгий за хронометражем текст з радіоефіру досить складно, автор програми повинен ретельно продумати акустичний «набір» елементів,

продумати акустичні рішення – саме це вдалося журналісту програми «Саме там» Богдану Амосова.

У аудіофільмів Богдана Амосова ефектна зав'язка дії, яка обіцяє цікаву розповідь, сюжет, напружену дію з поворотами і цікавими емоційними піками, і розв'язку у кінці. Завдяки цьому вдається зберегти увагу аудиторії. Також ритміка програми, яка змінюється упродовж усього сюжету, допомагає активізувати увагу, «залучає» аудиторію до співавторства.

Як відомо, звуковий образ – це сукупність мовленнєвих, шумових, музичних елементів, які за допомогою асоціацій формують у радіослухача уявлення про предмет розповіді. У радіопроєкті «Політ Аполлона» слухачам вдається розшифрувати значення звукового образу, його сенс завдяки ретельно продуманій режисурі – від інтонації до акустики. Семантика звукового образу стає зрозумілою відразу, на початку програми. Також запис програми, тобто трансляцію аудіофільму супроводжує ілюстрація – фото космічного корабля «Аполлон-11». Візуалізація події унаочнює розповідь, полегшує її сприйняття, є тим гачком, на якому тримається увага і зацікавленість аудиторії.

Доволі цікавим є інший аудіофільм Богдана Амосова, присвячений пізнанню космічних загадок – «Всі на Марс», хронометраж якого триває 46 хв., 23 сек. Програма починається з гачка-інтриги: нарізка з повідомлень ЗМІ – прогнозів щодо перенаселення планети Земля, з передбачень освоєння інших планет. Журналіст пропонує аудиторії разом з ним поміркувати над питанням «Чи справді можливо колонізувати інші планети, наприклад, Марс?». Для пошуку відповіді на питання автор програми звертається до експертів – фахівців, кандидатів фізико-математичних наук; цитує наукові джерела; опановує літературу у жанрі фантастики: згадуються «Марсіанські хроніки» Рея Бредбері, роман Герберта Уелса «Війна світів». Завершується радіопроєкт новим досягненням землян – інформацією про спроби експедиції відомого винахідника і багатія Ілона Маска на Марс (із залученням архівних

записів). Фінал аудіофільму – звучить лаконічно і дуже переконливо: «Ми віртуально, радіjno були на Марсі! Почуємося!».

Програма Богдана Амосова, присвячена підкоренню Марсу, дійсно вийшла дуже яскравою, інформаційно-насиченою, науково-пізнавальною й інформаційно-публіцистичною. Після прослуховування програми недсяжна планета стає ніби ближчою, «зрозумілішою». Звуковий образ аудіофільму про Марс допомагає долати мільйони кілометрів, які відділяють планету від Землі, найближчу до нас планету. Синтезований комплекс виражальних засобів, за допомогою яких створено аудіофільм (шуми, авторська мова, музичний фон, інше) спричиняє сугестивно-інтенціональний вплив на аудиторію, навіює думки про наближення людства до підкорення Марсу.

Радіо за допомогою звукових образів надає можливість аудиторії осягнути найрізноманітніші смислові відтінки, зрозуміти ідею аудіофільму. У іншому документальному радіопроекті Богдана Амосова «Підгірці. Брудна історія», також виголошеному у програмі «Саме там», піднята проблема сміттєзвалища, яке розташоване біля с. Підгірці, Київської обл. Хронометраж аудіофільму 44 хв 15 сек., і упродовж усього випуску ми чуємо крики чайок над сміттєвим полігоном №5, який поступово руйнує життя навколо, знищує село з населенням близько 8 тис. чоловік, забруднює навколишнє середовище. Упродовж програми журналіст декілька разів згадує про обіцянки влади побудувати сміттєпереробний завод, ліквідувати/перенести сміттєзвалище, але коли це станеться, на думку автора проекту, це «таємниця, покрита мороком, або, якщо хочете, сміттям». Ідея аудіофільму стає зрозуміла ще на його початку, але наприкінці програми вона посилюється авторською метафорою, коли журналіст робить висновок про те, якщо і далі так триватиме, то Україна поступово перетвориться на один великий смітник. Розв'язка аудіофільму песимістична – у фіналі ми знову чуємо, як машини вивантажують сміття, і чайки кричать над сміттєзвалищем. Як зауважує Н. Михайличенко, «будь-який звук – як окреме повідомлення...» [51, 261], оскільки він здатний у психіці людини, її

підсвідомості та свідомості викликати приховані внутрішні ефекти, що активізують уяву. І ці крики чайок, що супроводжують увесь радіопроєкт, підкреслюють ідею байдужості влади до маленького села, яке потерпає із-за такого «сусіда». Тут, на сміттєзвалищі, панують не люди, а, вони, чайки, які радіють, що сміттєвий полігон дедалі збільшується.

Як відомо, звуковий образ – це сукупність звукових елементів, серед яких виокремлюють мову, музику, шуми. Шляхом асоціацій ці звукові елементи створюють у слухачів уявлення про матеріальний об'єкт, життєву подію, характер людини. Усі звукові елементи аудіофільму «Підгірці. Брудна історія» підпорядковані авторському задуму – привернути увагу аудиторії до трагедії села, яке може бути поступово знищене, стерте з карти як і багато інших українських сел.

Такі масштабні проєкти, як аудіофільми, потребують від журналіста ретельної підготовки і публіцистичного підходу. Автор заздалегідь продумує концепцію, створює сценарний план, збирає матеріал, шукає відповідні звукові ефекти, щоб зацікавити аудиторію до подальшого прослуховування програми. По завершенню виходить повноцінний продукт, що поєднує в собі риси проблемного, тематичного, художнього та інших видів репортажів, а також інтерв'ю та коментарів. Саме таким є інший аудіофільм Богдана Амосова під назвою «Синдром. Залежність». Проєкт піднімає болюче питання наркозалежності у сучасному українському суспільстві. Досить цікавою є композиція випуску: аудіофільм починається з нарізки повідомлень (новин) ЗМІ про викриття притонів з продажу/вживання наркотиків, на фоні якої звучить голос ведучого, який оголошує статистичні дані (в Україні на даний момент нараховується 340 тис. наркозалежних), далі йде розповідь наркозалежного у ремісії, його сповідь про знайомство з наркотиками, їх вплив на зміни в його житті, про причини вживання; закінчується програма сюжетом, схожим за жанром на радіовиставу: ведучий відвідує клуб анонімних наркозалежних, і інсценує монолог про те, що бачив – головний герой цього сюжету – юнак, який відчуває свою зайвність у цьому



світі: «В этом мире я никому не интересен» – цитує його журналіст. Останні рядки аудіофільму – ніби кадри із драми: журналіст детально, з подробицями описує сцену трагедії самотньої душі – юнак стоїть посередині вулиці у брудних кучугурах снігу, який повільно тане. Що буде з цим героєм сюжету? Як складеться його доля? Ці питання залишаються без відповіді.

В аудіофільмі Богдана Амосова «Синдром. Залежність» настільки вдало поєднуються як інформаційні, так і художньо-публіцистичні начала, що слухаєш і досить яскраво уявляєш трагедію, біль тих, хто не бачить іншого виходу, окрім тяжіння до згубної пристрасті. Емоційна складова програми передає співчуття, бажання допомогти, бажання запобігти біді.

У іншому проекті журналіста, «Знімаємо чари», що вийшов у програмі «Саме там» 23 лютого 2019 року, також спостерігаємо вдале поєднання інформаційного, художньо-публіцистичного і художнього начал. Аудіофільм починається як радіовистава: жіночий голос читає уривок із повісті Квітки-Основ'яненка «Конотопська відьма», оскільки розмова піде саме про цих жінок. У проекті декілька разів обіграється теза «Усі жінки – відьми!». Автор програми Богдан Амосов знайомить нас із київськими відьмами, які є власницями справжнього кафе для відьом, де можна спостерігати деякі ритуали, пов'язані із проведенням шабашу (як карнавал) нечистої сили, інтер'єр кафе також витриманий згідно етнографічним записам, пов'язаним із описами житла відьом-знахарок, які у давнину жили на Україні. У програмі цитуються також інші художні твори, де згадуються відьми: Гоголь «Вій», «Вечори на хуторі поблизу Диканьки», Булгаков «Майстер і Маргарита», зачитуються найбільш характерні сцени, епізоди, що дозволяє створити необхідну атмосферу розповіді про відьом, показати їх різнобічно – саме це й ставив за мету автор. Доповнюють атмосферу «спілкування» з нечистою силою відповідні звукові спецефекти, які дуже широко використовуються автором: крики сови, нявкання кота, сміх відьом, крики, тощо. Аудіофільм «Знімаємо чари» має пізнавальне значення, також є досить цікавим з точки зору композиції, сценарію, персонажів – героїнь сюжету – справжніх

українських відьом, з якими журналіст прагнув познайомитися сам і познайомити аудиторію.

Отже, формат аудіофільму, як системи драматургічних прийомів, стилістики та інших компонентів програми, тиражується в кожному випуску програми «Саме там» на «Радіо НВ», при цьому наповнюється новим інформаційним матеріалом. Цінність аудіофільмів Богдана Амосова полягає у наявності новизни відомостей, вони цікаві «новими гранями відомого». Його аудіофільми зображають подію в завершенні, створюють цілісне враження про предмет розповіді. Аудіофільми Богдана Амосова відрізняються актуальністю предмета обговорення, плавним, а іноді різким переходом від одного предмета до іншого, детальним і панорамним зображенням, що дозволяє цілком зануритися у відтворену подію, створює відчуття реальності. Звукові образи, які створює журналіст, репрезентуючи певні проекти, тематичні програми, характеризуються складною структурою, конвергентністю, жанровою гібридністю, оскільки поєднують комунікативні практики різних ЗМІ. Також технічні особливості роботи зі звуком при створенні аудіофільмів завдяки процесам діджиталізації і конвергенції істотно розширилися. Богдан Амосов у своїх проектах використовує складний монтаж, широкий діапазон звукових спецефектів: міксування, голосовий грим, синтез звуку, тощо.

### **3.2. Особливості репрезентації авторського «я»**

Радіожурналісти завжди користувалися довірою серед аудиторії. Враховуючи оперативність і доступність радіомовлення, воно приваблює аудиторію й у період діджиталізації та конвергенції. Радіорепортаж є одним з найпоширеніших жанрів радіної комунікації. Природу жанру обумовлює й авторське «Я» репортера, навколо якого формується особлива стилістика

репортажного повідомлення. Як зауважує дослідниця Т. Малетич, «...оце журналістське «Я» присутнє абсолютно у всіх радіоматеріалах, починаючи від найпростішого інформаційного повідомлення і закінчуючи оригінальною радіодрамою...» [47, 96].

Богдан Амосов талановитий і амбіційний журналіст. Він стверджує, що любить радіо, і наголошує на можливостях радіної комунікації «перетворити слухача на суцільне вухо». Медійник переконаний, що дуже важливо налаштувати слухача емоційно на сприйняття інформації за допомогою звукових засобів. Він зазначає, що для того, щоб зрозуміти сенс звукового образу програми, зрозуміти її ідею, потрібно «слухати серцем».

Богдан Амосов самовиражається в унікальних медіапроектах, які ретельно планує і розробляє. Одним з них є програма «Саме там», яка виходить на «Радіо НВ». Як зазначається в анонсі програми, це проект документальних аудіофільмів, присвячений людям, містам, подіям, відкриттям як в Україні, так і світі. Програма складається з репортажів та інтерв'ю з героями події, проблеми, які допоможуть їх краще зрозуміти. Завдяки цим репортажам та інтерв'ю можна потрапити в прифронтове село, наукову лабораторію, кримінальний район великого міста, тощо.

Проаналізувавши контент аудіофільмів Богдана Амосова, відзначаємо широкий діапазон проблем, які хвилюють журналіста: це й соціальні, екологічні, психологічні проблеми, ставлення до власної історії, пошуки власної ідентичності, тощо.

Сучасний журналіст повинен бути універсалом у створенні медіапродукту. Не тільки організувати контент, шукати теми для проекту, але й володіти сучасними технологіями, технічною базою; вміти не тільки писати сценарій, але й монтувати, обробляти фото, відео-, аудіоматеріали, викладати їх на сайт. Окрім того, обов'язковим для журналіста є розуміння специфіки адаптації контенту, текстового і аудіоматеріалу для кожної платформи, вміння працювати з різними цифровими носіями.

Досить вдалим у програмах Богдана Амосова є авторське звукове оформлення, яке складається із шапки, перебивання, підкладки і фонові музики. Серед таких програм «Політ Аполлона», «Підгірці. Брудна історія», «Майдан. Початок», «Всі на Марс», «Знімаємо чари», тощо. Музичні вставки, музичне оформлення програми повністю відповідають головній ідеї кожного радіопроєкту, допомагають зрозуміти авторський задум.

Музика в авторських проєктах журналіста виконує декілька функцій: по-перше, вона виконує художню функцію, сприяючи художньому, естетичному оформленню радіопрограми; по-друге, вона виконує документальну функцію, виступаючи звуковим фрагментом реальної дійсності, створюючи ефект присутності; по-третє, вона виконує організуючу функцію, оформлюючи аудіофільм в єдине ціле, підкреслюючи його завершену композицію.

«Власною» фішкою Богдана Амосова є вдало побудована композиція його програм. Аудіофільми можуть починатися з кульмінації, розв'язки – з радіовистави, монологу, сповіді, тощо. Кожного разу це той гачок, за який чіпляється і на якому тримається увага аудиторії: ці елементи композиції можуть бути у вигляді архівних записів, фонових шумів, нарізки повідомлень ЗМІ, звукових спецефектів, тощо. Автор залучає у радіотекст деталі, подробиці, голоси, фонові шуми, створює портрети, викладає думки інших стосовно події, питання. Шуми в аудіо проєктах журналіста виконують декілька функцій: інформаційну (інформують про місце події, створюють «ефект присутності»), емоційну (формують відповідну атмосферу сприйняття програми), відіграють роль документа, виступають елементом композиції.

Аудіофільми Богдана Амосова відрізняються багатством зображально-виражальних засобів – все це спрямоване на комунікаційну мету автора – щоб слухач «серцем почув» те, що хотів сказати ведучий. Автор аудіофільмів намагається надати слухачу можливість сформуванню власне бачення події/проблеми. Завдяки акустиці розповідь журналіста набуває

достовірності, документальності, що сприяє розумінню характеру і змісту факту.

Авторські програми Богдана Амосова мають специфічні відмінності від типових радіопрограм: вони відрізняються складним сценарієм, мозаїчністю композиції, складною структурою звукового образу, конвергентністю. Журналіст завжди демонструє компетентність з тих питань, що висвітлюються: якщо це питання освоєння космосу – він працює з архівними записами, консультується з експертами; якщо це соціальні проблеми – він ретельно вивчає питання, аналізуючи статистику, повідомлення ЗМІ, веде бесіди з соціальними робітниками, психологами; якщо це дослідження проблем екології – радіоведучий обов'язково виїжджає на місце події, вивчає проблему зсередини, долучає фахівців, експертів, представників бізнесу і влади, веде діалог з мешканцями постраждалих від екологічної аварії районів, тощо. Специфіка підготовки такого формату програми як аудіофільм вимагає від автора бути інтелектуально розвиненим, всебічно проінформованим, вміти аналітично мислити, про складні, абстрактні речі вміти говорити просто, зрозуміло, компетентно, переконливо, органічно й ненав'язливо висловлювати власну думку. Як наголошує Т. Малетич, «автор самовиражається через добір фактів, спосіб їх інтерпретації та композицію огляду» [47, 105]. Формат аудіофільму допускає журналістське вільнодумство, вимагає від автора оцінок, власних висновків, асоціацій, думок.

Формат аудіофільму є науково-публіцистичним («Політ Аполлона», «Всі на Марс»), художньо-публіцистичним («Знімаємо чари»), соціальним за жанром («Підгірці. Брудна історія», «Синдром. Залежність»), що обумовлено його проблематикою і способом подання. Уже у заголовках цих радіопроєктів криється не тільки об'єкт дослідження, але й озвучена певна проблема, або питання, які ставить сам журналіст. У даному випадку ведучий вступає не просто в ролі ведучого, але у ролі аналітика, публіциста, який демонструє вміння спілкуватися, своє світобачення, систему цінностей і

моральних орієнтирів. У даному випадку важливими є соціальна і моральна відповідальність автора.

Журналіст в своїх радіопроєктах піднімає складні теми, які потребують ретельної підготовки. Автор присутній і на місці події, і в тексті повідомлення. Репортер завжди фігурує в повідомленні як сюжетний центр, як конструктор композиції і як «дизайнер стилю», стилістики повідомлення. Особливістю аудіофільмів Богдана Амосова є те, що їх теми не залежать від подій, які відбулися напередодні, – журналіст сам обирає теми і проблеми для обговорення, які вважає важливими, актуальними, цікавими для аудиторії. Вибір теми в радіопроєктах журналіста обумовлюється не подіями, що відбулися нещодавно, а актуальністю думки – у цьому й полягає суб'єктивізм вираження авторської позиції.

Слово в аудіофільмах Богдана Амосова подається через різні інтонаційні характеристики: мелодику, висоту тону, темп мовлення, тембр голосу, паузи й наголоси; через емоційний фон тексту. Мова автора емоційно забарвлена, використовуються образні вислови, порівняння. Мова радіоведучого є переконливою, з широким діапазоном інтонування; темп мовлення чіткий, середній за швидкістю, із семантично умотивованими змінами; інтенсивність мовлення значна, насичена; журналіст досить вміло використовує яскраві за контрастом параметри частоти основного тону, виділяє семантичний центр висловлювання.

У аудіофільмах Богдана Амосова простежуємо чітко виражене авторське «Я»: під час монтажу матеріалу, в композиції програми, коли ведучий вирішує, як побудувати матеріал, які суттєві моменти виділити документальними записами (напр. іклад, оприлюднені архіви NASA в програмі «Політ Аполлона», нарізка повідомлень ЗМІ в радіопроєкті «Синдром. Залежність», тощо), де додати власний коментар, скільки часу приділити тому, чи іншому епізоду, аспекту розповіді. Монтаж підпорядковується задуму журналіста, концепції програми. За допомогою

монтажу автор висловлює власне бачення події, проблеми, надає їм власну інтерпретацію – у цьому також виявляється авторське «Я» журналіста.

У аудіофільмі, який є жанровим гібридом, похідним від радіорепортажу, авторське «Я» не просто дозволене, а є обов'язковим, оскільки автор проекту повинен пропустити через себе побачене і почуте, показати проблему такою, якою бачить її сам.

Наразі програма «Саме там» уже не виходить, але Богдан Амосов залишається запитаєм радіоведучим і журналістом, роботою якого цікавиться аудиторія. Богдан Амосов щосуботи готує інший проект на «Радіо НВ» – програму «Без кісток», яка є своєрідним іронічно-сатиричним підсумком тижня, бо, як зауважується в анонсі «часто говорити серйозно про те, що відбувається навколо нас просто немає сил». Програма виходить щосуботи з 11.00 до 12.00 ранку і являє собою огляд «найбожевільніших подій, в яких ми живемо». Також на сучасному етапі у Богдана Амосова є свій канал на «YouTube» – блог «Без кісток», який присвячений Україні і українській політиці. Як зазначено в анонсі блогу «Тут аналізуємо та сміємося з провалів політиків та тих, хто тільки планує ними стати». У блогера 26,9 тис. прихильників і зацікавлених у випусках його сюжетів. Щосереди о 20.00 журналіст відповідає на коментарі під відеовипусками.

Отже, авторське «я» журналіста, ведучого Богдана Амосова в радіопрограмах проекту «Саме там» впливає на вибір теми, вивчення матеріалу, перевірку фактів, глибину аналізу, спосіб організації програми, впливає на використання мовно-стилістичних засобів у тексті. Аудіофільми Богдана Амосова є повністю авторськими програмами, у яких він виконує роль не тільки ведучого, але й сценариста, звукорежисера, редактора, продюсера. Він сам обирає теми, експертів, героїв, хронометраж, музичне оформлення. Формат аудіофільму дозволяє журналісту максимально використовувати свої знання і навички.

## ВИСНОВКИ

На сучасному етапі функціонування ЗМІ жанр репортажу активно використовується і є достатньо актуальним жанром продукування інформації. Завдяки своїм стиле- та жанроформуючим рисам (подієвість, ефект присутності, яскраво виражене авторське «Я»), жанр набуває все більшої популярності серед сучасної аудиторії, яка прагне дізнатися про погляд конкретного журналіста, репортера на події, що відбуваються.

Радіорепортаж – це жанр, у якому події реальної дійсності відображаються оперативно, документально, динамічно, емоційно з широким використанням звукового образу через безпосереднє сприймання автора, завдяки чому радіослухач переноситься на місце події. На перший план у радіорепортажі виходить особисте сприйняття події, явища, авторський відбір фактів.

Радіорепортаж – це оперативний жанр журналістики, який ґрунтується на подачі актуальної та правдивої інформації. Основними ознаками радіорепортажу є подієвість, динамічність, документалізм, суб'єктивізм автора, підпорядкування чіткій структурі, елементами якої є підводка, нарація, зв'язка, кліпи, музика. Також в радіорепортажі, як і в будь-якому іншому радіожанрі, важливе використання виражально-звукового оформлення. Музика і шуми відображають усю картину подій, створюють «ефект присутності» для аудиторії, монтаж відповідає за технічну складову радіопродукту. При послідовному «склеюванні» зберігається змістовність та емоційна завершеність звукових фрагментів, при паралельному – у слухача формується повне уявлення про подію.

Створення акустичної та композиційної єдності, яке досягалося за рахунок цього, формувало в уяві слухача саме той аудіовізуальний образ, метафору якого заклав автор матеріалу. З появою нових технологій, впливу процесів діджиталізації та конвергенції на функціонування ЗМІ



розширюється спектр зображально-виражальних засобів створення звукового радіобразу, ускладнюється його структура.

Класифікаційно радіорепортаж можна поділити на суто інформаційний і проблемний. Перший вид містить у собі пізнавальну інформацію, тобто журналіст повідомляє про подію, описує ситуацію і коротко висловлює своє ставлення до побаченого. У проблемному репортажі автор змальовує певну подію й на основі документально записаних матеріалів дає критичний аналіз ситуації, тобто зіставляє факти, вивчає причини й наслідки проблеми, дає критичну оцінку.

У програмній сітці вітчизняних радіостанцій «Українського радіо», «Громадського радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ» жанр радіорепортажу присутній у достатньому сегменті.

Звукове оформлення репортажів, що є частиною програм «Українського радіо» не є динамічним, інтерактивним, воно тяжіє до традиційної форми радіорепортажу, що є органічною частиною програми. Звуковий образ створюється за допомогою тексту ведучого/ведучої, музичного фону, що його супроводжує, звуків/шумів, що створюють «ефект присутності», розмов/бесід з героями програм. Істотних змін звукового образу у даному випадку не спостерігається. Жанр програм визначається як гібридний, оскільки, крім репортажу, сюди входить радіоновина, радіоінтерв'ю, радіобесіда, тощо.

У грудні 2020 року Громадське радіо презентувало інноваційний медійний продукт – спецпроект документальних подкастів російською мовою «Крым 2014: украденная весна». Формат подкасту для висвітлення заявленої ідеї був обраний з метою донесення до аудиторії актуальної, швидкої, короткої та системної інформації про значимі для країни і громадян події. Формат подкасту дозволив ведучій Ярославі Вольвач донести свою ідею «украденої весни», відповідальності за скоєне завдяки емоційності матеріалу, широкій палітрі звуків і шумів, завдяки архівним записам прямої

трансляції з місця подій. Подкаст є результатом виникнення нових цифрових технологій.

Результатом нових технологічних процесів стало продукування на «Радіо Свобода» мультимедійного репортажу, формат якого з'явився унаслідок динамічного розвитку інтернет-простору у контексті цифрової журналістики. Мультимедійний репортаж як інноваційний медіапродукт «Радіо Свобода» характеризується мультимедійністю, тобто одночасним використанням фото, графіки, відео, аудіоелементів. У центрі мультимедійних репортажів «Радіо Свобода» людські долі, життєві історії, які не мають інформприводів, не вміщуються в новинно-інформаційні жанри, а, швидше, нагадують роздуми над актуальними проблемними питаннями: «Мінна долина. Як розмінують землю Донбасу», «Ті, що «качають» місто», або життєві долі, людські історії «На лінії: баба Маша», «На лінії: баба Тоня», «Заморожені». Історії дітей, які живуть на лінії фронту» – цикл репортажів, присвячених війні на Донбасі.

Інноваційні медіапродукти – мультимедійні репортажі «Радіо Свобода» відрізняються особливістю верстки, використанням одночасно текстового і аудіовізуального контенту. Також, зважаючи на хронометраж випусків, документалізм, подієвість та «ефект присутності», можемо визначити жанр програми – спеціальний тематичний репортаж. Це особливий вид репортажної журналістики, в основі якого знаходиться актуальна тема, ситуація або проблема, яка потребує від журналіста ретельного вивчення. Велику роль грає не оперативність, а підготовка, аналіз документальних джерел, проведення опитування серед очевидців події, обґрунтування й написання висновків.

Наявність мультимедійних репортажів на вітчизняних радіостанціях свідчить про новаторський підхід журналістів, ведучих до текстового й аудіовізуального контенту.

Сучасне інформаційно-комунікаційне середовище переживає складні трансформаційні процеси, пов'язані з тотальною інтернетизацією, яка є

каталізатором, рушієм еволюції традиційної журналістики. Діджиталізація, конвергенція, як породження цифрової епохи, є також результатом змін у запитах сучасної аудиторії, яка стрімко переходить в онлайн, стає відвідувачем веб-ресурсів, що стрімко оновлюються, дописувачів соціальних мереж, де можна швидко ознайомитися з інформацією, що цікавить. Щоб не втратити сучасну мобільну аудиторію, традиційні ЗМІ трансформуються, оновлюються, переживають процеси технологізації й модернізації, переходять в цифровий формат, «зближуються», «зливаються», трансформуючись під впливом процесу медіаконвергентності.

Конвергенція – це зближення, злиття технологій, яке дає можливість за допомогою різних носіїв оперативно доставляти інформацію споживачеві, також це злиття, поєднання різних ЗМІ, наприклад, таких як телебачення і радіо на мережевій платформі в інноваційний медіаформат, що дозволяє створювати, випускати нові медіапродукти. Завдяки медіаконвергенції текст, звук і відео інтегруються в єдиний, інноваційний медіапродукт.

Наслідком медіаконвергенції виступає конвергенція жанрів і форм, яка є результатом поєднання різних медіаплатформ (друкованих, теле-, радіо- на базі інтернет-порталу). Зближення ЗМІ унаслідок конвергенції призводить до появи нових інтегрованих жанрів, яскравим прикладом яких є аудіофільми Богдана Амосова як новітня форма радіорепортажу в програмі «Саме там» на «Радіо НВ».

Аудіофільм виникає як новий інтегрований жанр завдяки технологіям оцифрування, процесам діджиталізації й конвергенції. Зазначений радіопроєкт є результатом поєднання засобів і можливостей, комунікативних практик двох традиційних ЗМІ – радіо і телебачення

Аудіофільм – це полегшена форма сприйняття серйозної наукової, науково-публіцистичної інформації, розрахованої на слухача з широким кругозором, який належить не стільки до інтелектуальної еліти, скільки бажає розширити свої знання з певного питання, проблеми в зручній для себе спосіб, у зручному форматі. Аудіофільми Богдана Амосова у програмі

«Саме там» на «Радіо НВ» присвячені досить різноманітним темам: перший політ людини на місяць «Політ Аполлона»; сміттєві полігони «Підгірці. Брудна історія»; паломництво хасидів в Україну «Репортаж із Умані»; зародження майдану «Майдан. Початок»; сучасні космічні дослідження «Всі на Марс», тощо.

Аудіофільми Богдана Амосова характеризуються складною сценарною будовою, наявністю універсальних драматургічних рішень, які повторюються у кожному випуску: це несподіваний початок, багатоголосся персонажів (поліфонізм), динамічний сюжет, мозаїчна композиція, тощо. Складна драматургічна основа сюжетів аудіофільмів дозволяє тримати в напрузі слухача упродовж усього прослуховування і переживання програми, викликає запланований шквал емоцій. Звукові образи, які створює журналіст, репрезентуючи певні проекти, тематичні програми, характеризуються складною структурою, конвергентністю, жанровою гібридністю, оскільки поєднують комунікативні практики різних ЗМІ.

У результаті медіаконвергентності змінюється сама природа журналістської творчості, сенс журналістської праці. Журналіст стає не просто автором текстів, матеріалів, він створює новий медіапродукт, він займається медіадіяльністю у широкому значенні цього слова. Створюючи аудіофільми у програмі «Саме там» на «Радіо НВ», Богдан Амосов виступає не тільки ведучим, він є автором, режисером, сценаристом, оператором цього інноваційного медіапродукту. Засоби вираження авторського «Я» репортера простежуються на різних рівнях створення програми: на змістовому – добірка тем і проблем, які цікавлять журналіста; на композиційному – авторський монтаж, складна структура звукового образу, візуалізація аудіотексту – детальний опис вражень, емоційних переживань, відчуттів, запахів, що створює ефект присутності репортера на місці події. На лексико-стилістичному рівні суб'єктизоване авторське «Я» виявляється у ретельному доборі граматичних (дієслова, дієприкметникові і дієприслівникові звороти,

вигуки), лексико-синтаксичних (вставні конструкції) і лексичних (слова з емоційно-оціночним значенням) засобів мовлення.

Радіорепортажі Богдана Амосова, трансформовані в аудіофільми, репрезентують широкий діапазон засобів вираження авторського «Я»: особливе тембральне забарвлення голосу журналіста, темп мовлення, чітке і досить гучне читання радіотексту, особливості вимови, тощо.

Звуковий образ, що народжується в уяві радіослухача після ознайомлення з будь-яким аудіофільмом Богдана Амосова, теж має свої особливості, що пояснюються його конвергентністю – активною дифузією прийомів і засобів подання інформації: жанровою гібридністю (поєднання комунікативних практик радіо і телебачення), тяжінням до візуалізації, звукових спецефектів. Звуковий образ аудіофільмів відрізняється індивідуальним авторським почерком журналіста, який простежується в особливому поєднанні звукових елементів (наприклад, запис живої розмови чергується зі штучно створеними шумами, архівними записами, музичними вставками, тощо), в особливому драматургічному поєднанні та композиційній взаємозалежності цих звукових елементів.

Отже, звукове оформлення репортажів, що є частиною програм «Українського радіо» не є динамічним, інтерактивним, воно тяжіє до традиційної форми радіорепортажу, що є органічною частиною програми. Істотних змін звукового образу у даному випадку не спостерігається. Жанр програм визначається як гібридний, оскільки, крім репортажу, сюди входить радіоновина, радіоінтерв'ю, радіобесіда, тощо.

Радіорепортаж у програмній сітці українських радіостанцій «Громадського радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ», зберігаючи стрижневі властивості («ефект присутності» і суб'єктивно-емоційне подання матеріалу), під впливом зміни стандартів цифрової журналістики, під впливом процесів технологізації, діджиталізації й конвергенції, трансформується у нові жанрові формати (мультимедійний репортаж, аудіофільм), набуває рис мультимедійності.

Таким чином, останні тенденції розвитку радійних комунікацій у вигляді діджиталізації, конвергенції, візуалізації, персоналізації дозволяють говорити про українське радіо як частину розвитку світового радіопростору. Це свідчить, що українське радіо розвивається синхронно з відповідними світовими процесами.

Подальші наукові розвідки з питання функціонування радіорепортажу у сучасному масмедійному просторі можуть бути пов'язані з вивченням інтеграційних процесів, які переживають сучасні ЗМІ, з кардинальною трансформацією структури інформаційних потоків, що значним чином впливає на зміну природи, специфіку функціонування радіокомунікацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айрапетян А. Функции монтажа на радио. *Вестник Адыгейского государственного университета*. 2008. Вып. 3 (31). С. 81–83.
2. Академія BBC. Що таке аудіо/радіорепортаж. URL: <https://www.bbc.co.uk/academy/uk/articles/art20180327154643086> (дата звернення: 12. 12. 2020).
3. Антонова О., Кулинич О. *Радіожурналістика: навч.-метод. посібник*. Луганськ : Видавництво ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. 238 с.
4. Бех А. Діджиталізація світового медіаринку. С.90–93. URL: <file:///C:/Users/Melisa/Downloads/3778-13840-1-PB.pdf> (дата звернення: 10. 10. 2020).
5. Вайшенберг З., Кляйнштойнбер Г., Пьорксен Б. *Журналістика та медіа : довідник*. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. 529 с.
6. Вартанова Е. К чому веде конвергенція СМІ? *Информационное общество*. 1999. Вып. 5. URL: <http://www.emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32> (дата звернення: 02. 02. 2021).
7. Виговська Н. Конвергентна та мультимедійна редакції: особливості використання термінів в сучасному журналістському просторі. *Вісник Львівського Університету. Серія Журналістика* : збірник наукових праць. 2013. Вип. 38. С. 439–447.
8. Гааг А. История радио: развитие собственных специфических изобразительно-выразительных средств. *Вестник Воронежского государственного ун-та: серия филология, журналистика*. 2013. Вып. 2. С. 122–132.
9. Гвоздєв В. Медіаконвергенція як чинник трансформацій ЗМІ та їхньої аудиторії. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/917> (дата звернення: 03. 02. 2021).

10. Гиріна Т. Інтерактивні забави техногенної епохи. Гра в бісер: комунікаційні ігри сучасності : монографія/ за заг. ред. О. Косюк, О. Кошелюк. Луцьк : Вежа-Друк, 2017. С. 47–71.
11. Гиріна Т. Інтерфейс глобалізації конвергентного україномовного радіомовлення». *Вісник ХДАК*. Випуск 52. 2018. С. 179–188.
12. Гиріна Т. Трансформація та конвергенція в діяльності українських редакцій міжнародних радіостанцій. *Вісник ХДАК*. 2018. Вип. 53. С. 158 –168.
13. Говорим с Донбассом. Радио Донбасс.Реалии. *Радіо Свобода*: веб-сайт. URL: [https://www.radiosvoboda.org/a/donbasrealii2years/28983034.html?fbclid=IwAR2Iu91i9kZxnVtbbKIKgJmPk4W7CaIwNVwFIITK57Pl\\_x8Ajuh\\_3aWwz8](https://www.radiosvoboda.org/a/donbasrealii2years/28983034.html?fbclid=IwAR2Iu91i9kZxnVtbbKIKgJmPk4W7CaIwNVwFIITK57Pl_x8Ajuh_3aWwz8) (дата звернення: 09. 06. 2021).
14. Головенко І. Виразальні засоби в інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних радіожанрах. *Теле- та радіожурналістика*: зб. наук. праць. Вип.15. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2016. С. 135–142.
15. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста : практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ : ТОВ “Софія-А”, 2016. 184с.
16. Гоян. Звуковий образ комерційного радіомовлення: особливості формування. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1651> (дата звернення: 05.07.2021).
17. Гоян О. Сучасне радіомовлення: новітні технології й ефірні трансформації. *Пам'ять століть*. 2007. №3. С. 51–59.
18. Гоян О. Формати радіостанцій. Організація бізнес-плану ефірної діяльності. *Вісник Київського університету, Серія. Журналістика*. Вип. 3. Київ : Інтех-прес. 1996. С.137–148.
19. Громадське Радіо. «Крым 2014: украденная весна». *Подкасти*. URL: <https://hromadske.radio/ru/podcasts/kr-m-2014-ukradennaia-vesna> (дата звернення: 19.01.2021).



20. Дворянин П. Звукова атмосфера у радіотворчості. *Теле- та радіожурналістика* : зб. наук.-метод. праць. Вип. 8. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2009. С. 131–135.
21. Діброва І. Відмінності онлайнного та офлайнного радіомовлення. *Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки*. 2011. № 3. С. 113-118.
22. Долгіна Е., Путенихина К. Особенности работы радиожурналиста. *Казанский научный журнал «Молодой ученый»*. 2015. Вып. 8 (88). С. 1258–1260.
23. Досенко А. Подкаст-журналістика як популярний вид радіодіяльності в Інтернеті в ХХІ столітті. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. № 4 (36). С. 46 –50.
24. Ефимова Н. Звук в ефіре : учебное пособие. Москва : Академия медиаиндустрии, 2015. 145 с.
25. Жилиєва С. Мар'яна Драч: «У сучасному світі не можна робити ставку лише на радіоплатформу». *ДетекторMedia*: веб-сайт. URL: <https://detector.media/rinok/article/95769/2014-07-15-maryana-drach-u-suchasnomu-sviti-ne-mozhna-robity-stavku-lishe-na-radioplatformu> (дата звернення: 09. 11. 2021).
26. Жосан Г. Стан розвитку діджиталізації в Україні. *Економічний аналіз*. 2020. Т.30. №1. С. 44–52.
27. Закшевська Г. Як зробити радіорепортаж ненудним: поради польської кореспондентки Ганни Закшевської. *Detector media*. URL: <https://ms.detector.media/maister-klas/post/> (дата звернення 18.12.2020).
28. Залізняк Ю. Композиція радіорепортажу – від задуму до втілення. URL: <http://radioschool.com.ua/ua/479/kompozycija-radioreportazhu-%E2%80%93-vid-zadumu-do-vtilennja.html> (дата звернення: 17.12.2020).
29. Золяк В. Суспільне значення контентної конвергенції засобів масової комунікації. *Діалог. Медіа студії* : зб. наук. праць. Одеський нац. ун-т ім. І. Мечникова, 2009. Вип. 8. С. 120–128.

30. Зражевська Н. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі. *Актуальні питання масової комунікації*. Київський національний університет імені Тараса Шевченка Інститут журналістики. 2013. Вип. 14. С. 70–76.
31. Кавун Г., Скуртул Г. Репортажі в жанровому контенті українських радіостанцій: загальний огляд. Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі : Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції 28 квітня 2021 р., м. Запоріжжя / В.Л. Погребна, В.М. Попович, Н.В. Островська, О.О. Турба та ін. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 90–92.
32. Кайда О. Організація роботи конвергентного ньюзруму в регіональному медіапросторі України С. 118 – 121. URL: <http://wsc.kytmu.edu.ua/toms/09/118-121.pdf> (дата звернення: 17.12.2020).
33. Калмыков А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. *Вестник электронных и печатных СМИ*. 2011. декабрь. URL: <http://vestnik.ipk.ru/index.php?id=2231> (дата звернення: 17.12.2020).
34. Кияшко Ю. Режисерський сценарій як план втілення авторського задуму в телевізійній програмі. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія Соціальні комунікації*. 2011. №3. С. 59–62.
35. Колодкін В. Радіо в Інтернеті. *Серія: Філологія. Журналістика*. 2007. № 1. С. 103–110.
36. Левчук О. Репортаж в друкованих, радіо-та телепроектах, порівняльна характеристика : збірник студентських наукових праць. Вип. 2 (10). Рівне: РВЦ МЕРУ ім. акад. С. Дем'янчука, 2018. С. 272–278.
37. Летунов Ю. Репортаж и жизнь : радиорепортажи. Москва : Б.и., 1967. С. 41–65.
38. Лизанчук В. Основи радіожурналістики: підручник. Київ : «Знання», 2006. 628 с.

39. Лизанчук В. Радіорепортаж – найскладніший інформаційний жанр. *Теле- та радіожурналістика*: зб. наук. праць. Випуск 12. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. С. 132–147.
40. Лісневська А., Коженівська Т. Мистецтво телевізійного репортажу : навч.-метод. посібник для студ. з напрямку підготовки «Кіно-, телемистецтво» та «Тележурналістика». Луганськ : ДЗ «ЛНУ ім. Т. Шевченка», 2013. 190 с.
41. Литвиненко А. Репортаж: искусство повествования: практическое пособие. Санкт-Петербург : СПбГУ, 2013. 49 с.
42. Любченко Ю. Виразальна система радіожурналістики : монографія. Запоріжжя : АА ТанDEM, 2016. 192 с.
43. Любченко Ю. Візуалізація інформації на сучасному радіо. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. № 3 (23). С. 54–57.
44. Любченко Ю. Діалогічна природа радіомовлення. *Діалог медіа-студії* : зб. наукових праць: Одеса : Астропринт, 2009. С. 97–106.
45. Любченко Ю. Еволюція музично-шумових елементів у формуванні звукових радіообразів. *Теле- та радіожурналістика*. 2013. Вип. 12. С. 334–339.
46. Любченко Ю. Музика в контексті формування виразальної системи радіожурналістики. *Вісник Львівського університету: серія журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 158–163.
47. Малетич Т. Авторське «Я» в радіоматеріалах. *Теле- та радіожурналістика*: зб. наук. праць. Вип. 10. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2011. С. 96–112.
48. Малинка В. «Радіо Свобода» відкрило нову телестудію і планує стати каналом. *ДетекторMedia*: веб-сайт. URL: <https://detector.media> (дата звернення: 30. 10. 2021).
49. Мащенко І. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу. Київ : Україна, 2005. 384 с.
50. Михайлин І. Основи журналістики: підручник. Київ : Центр учб. літ., 2011. 494 с.

51. Михайличенко Н. Магія радіозвуку – бути побаченим і почутим. *Теле-та радіожурналістика*. 2017. Вип. 16. С. 261–266.
52. Мірошниченко П. Авторське радіомовлення в Україні: спроба типологізації. *Діалог: медіа-студії* : зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. О.В. Александров та ін. Одеса : Астропринт, 2010. Вип. 11. С. 74–80.
53. Мірошниченко П. Звуковий образ регіональної радіопрограми в контексті провідних тенденцій розвитку медіаринку. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2019. Т. 2 (75). С. 85–94.
54. Мірошниченко П. Звуковий образ українського радіомовлення як національно-культурний феномен : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 328 с.
55. Мірошниченко П. Музика як концепт масової культури у звуковому образі українського радіомовлення. *Українське журналістикознавство* : зб. наук. праць. Київ: КНУ ім. Шевченка, 2016. С. 43–51.
56. Мудрак Л. Конвергентні медіа як наукова категорія та суб'єкт інформаційного простору. *Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України*. 2013. № 2. С. 256–267.
57. Мутовкин Л. Жанры в арсенале журналистики: конспект лекций. Ч.2. Омск : Омский гос. ун-т путей сообщения, 2006. 47 с.
58. Набруско В. Працює в повний голос – голос Українського радіо. *Журналіст України*. 2004. №4–5. С. 43–47.
59. Набруско В. Українське радіо в електронному інформаційному просторі України: штрихи до трансформації суспільних відносин. *Вісник Київ нац. ун-ту ім Т. Шевченка. Серія: Журналістика*. 1997. Вип. 5 С. 50.
60. Нагорняк М. Здобутки й утрати діяльності українських радіостанцій у мережі Інтернет. *Наукові записки Інституту журналістики*. Том 43. 2011. Квітень-червень. С.10 –14.
59. Новосельський І. Конвергенція медіа як чинник розвитку інформаційного простору України: політологічний аспект. *Науковий журнал «Політикус»*. 2020. Вип. 3. С. 58–64.

61. Павлів В. Репортаж: між фактами та емоціями : практичний посібник. Львів : Видавництво УКУ, 2015. С. 59–63.
62. Пальчиков Д. Як працює радіо Донбас.Реалії. *MediaLab.Online*: веб-сайт. URL: <https://medialab.online/news/yakubovych/> (дата звернення: 09. 11. 2020).
63. Партико З. Галузеві норми редагування радіопередач : навчальний посібник / за заг. ред. В. Різуна. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2001. Т. 14. С.42–46.
64. Парубець О. Диджиталізація регіональної преси в Україні. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2014. № 3. С. 88–91.
65. Політ Аполлона. Як людство вперше висадилося на місяць. URL: <https://nv.ua/ukr/radio/inverythatplace/50-rokiv-visadki-na-misyaci-audiofilm-nv-50032735.html> (дата звернення: 09. 11. 2020).
66. Половинчак Ю. Конвергентні процеси в сучасному інфпросторі: трансформації текстів, практик, ієрархій. *Наук. пр. Нац.б-ки України ім. В.І. Вернадського* : збірник наукових праць. Київ, 2017. Вип. 46. С. 31–44.
67. Про Радіо Свобода. *Радіо Свобода*: веб-сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org> (дата звернення: 03. 08. 2021)
68. Радіожурналістика: учебник / под ред. А. Шереля. Москва : Издательство МГУ, 2005. 480 с.
69. Радіо НВ. Дізнайся про нас більше. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NjTv4HSOvak> (дата звернення: 20.09.2021).
70. Радіо НВ. Програма «Саме там». *Аудіофільми Б. Амосова*. URL: <https://soundcloud.com/radio-nv> (дата звернення: 20.01.2021).
71. Радіо Свобода. Програма «Свобода за тиждень». URL: <https://www.radiosvoboda.org/z/21130/about> (дата звернення: 23.01.2021).
72. Ревуцький Д. Живе слово : підручник. Львів, 2001. 198 с.
73. Ремовська О. Говорить Радіо Свобода. Історія української редакції. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2014. 163 с.

74. Рудченко А. Візуалізація як тренд у сучасних конвергентних медіа. URL: <file:///C:/Users/Melisa/Downloads/.pdf> (дата звернення: 23.05.2021).
75. Рябуха Н. Звуковой образ как феномен культуры: опыт междисциплинарного синтеза. *Культура і сучасність*. 2014. № 2. С. 112–119.
76. Самуляк О. Медіаконвергенція та форми її реалізації. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 303–308.
77. Сімашова А. «Радіобачення» як унікальна модель конвергенції ЗМК (на прикладі діяльності італійського радіобачення «RTL 102.5»). *Теле- та радіожурналістика*. 2013. Вип. 12. С. 378–385.
78. Скуртул Г. Конвергентність звукового образу як важливий чинник комунікативної ефективності (на прикладі радіопрограми «Саме там» радіо НВ). *Соціальні комунікації*. 2020. № 4 (44). С. 65–71.
79. Слюсаренко М. Простий складний жанр репортажу. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/1234.pdf> (дата звернення: 23.05.2021).
80. Смирнов В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие для вузов. Москва : Аспект пресс, 2002. 193 с.
81. Смирнов В. Формы вещания: функции, типология, структура радиопрограмм: учебное пособие / под ред. Н. Евстигнеевой. Москва : Аспект Пресс, 2002. 209 с.
82. Телень Л. Радио в Интернете: новая жизнь старого СМИ (на примере сайта «Радио Свобода»). *Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные* / под ред. А.Г. Качкаевой. Москва : 2010. С. 106–128.
83. Цвик В. Телевизионная журналистика: история, теория, практика: учебное пособие. Москва: Аспект пресс, 2004. 382 с.
84. Шеин В. Информационные и аналитические жанры журналистики : курс лекцій. Минск : БГУ, 2003. 180 с.
85. Шеин В. Информационные и аналитические жанры журналистики : учебно-методический комплекс в двух частях. Часть 1. Минск, 2002. 73 с.

86. Україна онлайн: чого чекати від радіо в інтернеті. *MediaLab.Online*: веб-сайт. URL: <https://medialab.online/news/ukrayina-onlajn-chogo-chekaty-vid-radio-v-interneti> (дата звернення: 21. 07. 2021)

87. Українське радіо. *Новини*. URL: [nrcu.gov.ua/schedule/play-archive.html?periodItemID=2714571](https://nrcu.gov.ua/schedule/play-archive.html?periodItemID=2714571) (дата звернення: 25.01.2021).

88. Ципердюк І. Досвід переходу української редакції Радіо «Свобода» від традиційного до конвергентного ЗМІ. *Вісник Львівського університету. Сер. Журналістика*. 2017. Вип. 42. С. 245–251.

89. Шевченко В. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа. *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* : колективна монографія. / За заг. ред. д. н. із соц. ком. В.Е. Шевченко. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіа дизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. С. 8–18.

90. Яковченко О. Конвергентні процеси в контексті розвитку української служби «Радіо Свобода». *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2016. Вип. 10. С. 15–20.

## **ДОДАТКИ**

### **ДОДАТОК А**

#### **ЗАКОНИ ВДАЛОГО РАДІОРЕПОРТАЖУ: ПОРАДИ ВІДОМИХ ЖУРНАЛІСТІВ**

**Богдан Амосов**



**Журналіст, радіоведучий**

- 1) Радіо потрібно любити!
- 2) Писати репортаж так, щоб перетворити слухача на суцільне вухо.
- 3) Слухачу потрібно надати всі можливості, у тому числі й емоційні, для сприйняття інформації за допомогою звукових засобів.
- 4) Важливо налаштувати серце і мозок слухача на сприйняття інформації.



## Ганна Закшевська



### **Польська кореспондентка, готує репортажі для 4 каналів державного польського радіо**

- 1) Репортаж потрібно відчувати!
- 2) Для матеріалу вибирати найсуттєвіше.
- 3) Будувати репортаж так, щоб слухач орієнтувався в темі.
- 4) Бачити подію на власні очі, скласти про неї власне уявлення!
- 5) Репортаж – це обов’язково супровід героя.
- 6) Уявляти себе на місці героя події.
- 7) «Поганого героя краще вивести з комфортних умов, а позитивному забезпечити комфортні умови для спілкування».
- 8) Під час бесіди з героєм змінювати ритм розмови і розповідати щось про себе.
- 9) В радіорепортажі кожні дві з половиною хвилини має з’являтися новий елемент.
- 10) Голос – основний засіб, який створює атмосферу радіорепортажу.
- 11) Музика в репортажі не лише фон. Музика має значення!
- 12) «Записуйте місце, де Ви є!»