

DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/trj.2020.19.2956>

УДК 007:304:659.4

ОСНОВНІ МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕЛЕ- І РАДІОЖАНРІВ

Оксана Білоус

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,
e-mail: bilousoksana1977@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2008-8196>*

Розкрито способи відображень дійсності у телевізійних і радіожанрах: 1) повідомлення фактів (новин); 2) інтерпретація фактів, подій, явищ; 3) художньо-публіцистичне розкриття фактів, подій, явищ. Обґрунтовано, що головним чинником журналістського професіоналізму є добре володіння методикою використання різних жанрів під час підготовки телевізійних і радіопрограм. Схарактеризовано інформаційні радіо- і телевізійні жанри, окреслено їхню природу, особливості, спільне і відмінне між ними, виокремлено моделі побудови інформаційних радіо- і телевізійних повідомлень. Показано особливості створення звітів, репортажів, інтерв'ю, виступів для радіо і телебачення. Наголошено, що в нинішніх умовах інформаційно-психологічної і військової агресії Росії проти України зросла вимогливість щодо розвінчування маніпулятивної пропаганди.

Ключові слова: радіо, телебачення, жанри радіомовлення і телебачення, методика підготовки радіо і телевізійних жанрів, журналістська майстерність, маніпулятивна пропаганда, професіоналізм, національна свідомість.

Постановка проблеми. Кожний телевізійний і радіожурналіст покликаний найефективніше реалізувати функції телебачення і радіомовлення, що тісно пов'язані з принципами діяльності телевізійних і радіоорганізацій. До передумов здійснення цього важливого суспільного завдання належать морально-громадянська, духовно-національна відповідальність і високий професіоналізм телерадіожурналіста.

Під журналістською відповідальністю розуміємо особливий стан свідомості, в якому інтегруються раціональність, чуттєво-емоційні аспекти функціонування його духовно-національного світу, знаходять своє відображення різноманітні суспільні відношення та оцінки, в контексті яких функціонує телебачення і радіомовлення і діє кожний журналіст. Соціальна відповідальність телерадіожурналіста спонукає його не забувати про національні та державницькі інтереси свого народу, здорові потреби кожної людини; сприяти розвитку морально-духовного, інтелектуально-естетичного потенціалу української нації, її мови, культури, освіти, науки; дбати про утвердження демократії, свободи слова, взаєморозуміння і поваги між людьми різних національностей, усебічної духовно-національної інтеграції українського суспільства.

Щоби працівники телебачення і радіомовлення успішно виконували свою гуманістичну, добротворчу місію, то повинні добре знати «зброю», за допомогою якої можна досягнути поставленої мети, тобто щоразу вибрати найбільш оптимальний жанр для висвітлення соціально важливих фактів, подій, явищ і майстерно володіти цим жанром.

В основі телевізійних і радіожанрів три способи відображення дійсності: 1) повідомлення фактів (новин); 2) інтерпретація фактів, подій, явищ; 3) художньо-публіцистичне розкриття фактів, подій, явищ¹. Ці способи відображення дійсності створюють відповідно три відносно стійкі групи жанрів телевізійної і радіожурналістики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розмежовуючи жанри телебачення і радіомовлення, їх називають дещо по-різному: 1) інформаційно-актуальні; 2) аналітично-коментуючі; 3) художньо-документальні (М. Мінков); 1) інформаційні; 2) аналітичні; 3) документально-художні (В. Смірнов); 1) інформаційні; 2) публіцистичні; 3) художні (Ю. Бараневич); 1) інформаційні; 2) аналітичні; 3) художньо-публіцистичні (В. Здоровега, В. Лизанчук).

Мета статті. Проаналізувати основні методичні засади функціонування інформаційних теле- і радіожанрів під час висвітлення в електронних засобах масової інформації російсько-української війни.

Методи дослідження. Вивчаючи інформаційні теле- і радіожанри, їхнє використання у телевізійних і радіопрограмах, ми спиралися на загально-філософські методологічні засади, серед яких найважливішими є принципи правдивості, інтелектуальної гласності. Спираючись на основні методологічні засади вивчення української преси, які окреслив Іван Франко, ми розглядали функціонування інформаційних теле- і радіожанрів у суспільно-політичному, історичному і культурному контексті. Використано також методи дедукції та індукції, аналізу і синтезу, вивчення документів, опису та узагальнення.

Виклад основного матеріалу. Зазначаємо, що першоосновою як радійних, так і телевізійних жанрів були газетні жанри. До інформаційних радіожанрів належать радіоповідомлення, радіозвіт, радіоінтерв'ю, радіорепортаж, радіовиступ, радіоогляд преси. Аналітична група складається із радіокореспонденції, радіокоментаря, радіобесіди, радіоогляду. Художньо-публіцистичні: радіонарис, радіофейлетон, радіокомпозиція, радіофільм, оригінальна радіодрама (радіоп'єса).

Важливим чинником виникнення телевізійних жанрів стало поєднання слухових і зорових особливостей сприйняття матеріалів з екрана. З. Є. Дмитровський², А. В. Яковець³ у своїх працях характеризують такі інформаційні телевізійні жанри: усне повідомлення (воно може бути хронікальним, розширеним (або деталізованим і коментованим), відеоповідомлення, відеозамітка, відеосюжет (типи: репортажний сюжет, аналітичний сюжет, портретний сюжет, сюжет-розповідь, оглядовий сюжет, сюжет-розслідування), відеозвіт, відеорепортаж, відеоінтерв'ю, відеоогляд. До аналі-

¹ Лизанчук, В. В. (2006), *Основи радіожурналістики*. ...с. 230.

² Дмитровський, З. Є. (2006), *Телевізійна журналістика*. ...с. 54–112.

³ Яковець, А. В. (2009), *Телевізійна журналістика: теорія і практика*. ...с. 18–119.

тичних телевізійних жанрів зараховують відеокореспонденцію, відеокomentar, відео-бесіду, відеодискусію, ток-шоу, відеорозслідування (підвиди: розслідування-репортаж, розслідування-панорама, розслідування-стаття). Художньо-публіцистичні телевізійні жанри: відеозарисовка, відеонарис, документальний телевізійний фільм.

Дослідники теле- і радіожурналістики, журналісти-практики слушно наголошують, що усталеність жанрової структури відносна. Доцент З. Є. Дмитровський, який тривалий час працював на Львівському телебаченні, зазначає, що далеко не завжди жанр існує «в чистому вигляді», особливо на телебаченні, де нерідко з певною метою практикують використання окремих елементів іншого жанру, де часто трапляється переплетення жанрів, скажімо, інформаційного відеосюжету і коментаря, репортажу й інтерв'ю, і на стиках відомих раніше жанрів формуються нові, синтетичні, властиві лише телебаченню форми відображення дійсності⁴.

Окремі радіо- і телевізійні жанри мають «плаваючий» характер. Інтерв'ю, зазвичай, називають інформаційним жанром, але є проблемне інтерв'ю (публіцистичний діалог), у якому глибоко розглядають актуальні питання українського державотворення, особливості імперської політики Російської Федерації щодо України, Європи, Америки. Метою такого аналітичного діалогу – з'ясувати істинні причини і наслідки того чи іншого явища. Унаслідок взаємодії двох осіб – інтерв'юера та інтерв'юйованого розкривається вся правда про факти, події, явища. Діалог носить дослідницький характер. Радіослухач чує, а глядач чує і бачить народження слова, стає ніби співучасником важливої розмови. Таке інтерв'ю за своєю сутністю є аналітичним.

Залежно від мети радіо- і телевізійного коментаря, характеру матеріалу, про який мовиться у ньому, розрізняють: оперативні (конкретно-подієві) і проблемні коментарі. За способом використання теле- і радіокоментарів у програмах мовлення їх поділяють на два види: розширений, аналітичний коментар як самостійна передача або закінчена структурна частина програми; короткий коментар, що є складовою частиною (елементом) інформаційного радіо- чи відеоповідомлення. Радіо- чи телекореспонденція також виконує не лише аналітичну, а й інформаційну функцію. Межа між ними визначається глибиною узагальнення і висновків, які є обов'язковим елементом цього жанру і впливають з детального опису і показу суті та характеру події, її оцінки журналістом. Узагальнення і висновки у радіо- і телекореспонденції значно ширші і глибші, ніж у радіо- чи відеоповідомленні. З допомогою радіо- чи відеоповідомлення слухачі, глядачі довідуються переважно про те, що лежить, так би мовити, на поверхні. Автор аналітичної радіо- чи відеокореспонденції переходить межу суто «чистого» інформування.

Отже, ключ до розуміння особливостей формування і використання радіо- і телевізійних жанрів дають специфічні виражальні засоби, якими оперує мовлення. Особливості радіожанру визначаються слуховим сприйманням, специфікою радіокомунікації. «Основні її компоненти – звукове зображення дійсності, усна творчість, можливість безпосереднього впливу на слухача, передача інформації про подію у процесі її розвитку або після того, як звукова картина події і супроводжуюча її розповідь журналіста

⁴ Дмитровський, З. Є. (2006), *Телевізійна журналістика...* с. 61.

були записані на магнітну стрічку»⁵. За своєю суттю радіоматеріал – це акустичне відображення дійсності мовленим словом, шумами, музикою тощо.

«Телебачення несе нам звукозоровий образ. У цьому його головна специфічна властивість і перевага над пресою та радіо, – зазначає З. Є. Дмитровський. – Вчені-фізіологи дослідили, що функції двох півкуль головного мозку різні. Якщо ліва є центром логічних операцій, то права – образного, емоційного мислення. В такому разі можна стверджувати, що звуковий телеобраз одночасно діє на обидві півкулі, завдяки чому досягається найвищого ефекту впливу на людину. Однак телеобраз однозначний, конкретний; радіо дає слухачеві широкий діапазон самостійності, що виявляється у можливості домислювання звукового образу»⁶, тобто розвиває асоціативне мислення.

Хоч радіо і телебачення впливають на слухача, глядача у двох сферах – логічній (раціональній) та емоційній, останнім часом учені все частіше говорять про те, що здебільшого управляє людиною права півкуля. «Емоції розглядаються не тільки як основна мотиваційна система організму, але і в якості фундаментальних особистісних процесів, що надають зміст і значення людському існуванню, – наголошує Керрол Е. Ізард. – Для організації особистості, для її соціальної взаємодії і для людського буття найважливішими є чотири системи: емоційна, перцептивна, когнітивна і моторна. Їхня взаємодія формує основу справжньої людської поведінки»⁷. Людська поведінка ґрунтується на емоціях, вони активізують і організують сприйняття, мислення та прагнення людини. Емоції безпосередньо впливають на перцептивні процеси, фільтрують інформацію, яку людина отримує за допомогою органів почуттів, активно втручаються в процес її подальшої обробки. «Емоції сповіщають людину про те, що події зовнішнього світу мають значення для самої людини – загрожують її життю або, навпаки, обіцяють задоволенню базових потреб»⁸.

Отже, щоби телевізійний чи радіоматеріал був належно оцінений глядачами, слухачами як щось соціально важливе, то потрібно його створювати таким, аби він провокував виникнення емоцій, викликав інтерес як головну мотиваційну складову сприйняття, уваги і пізнання. Інтерес спрямовує і підтримує інтелектуальну активність людини. Плідна, творча праця у галузі телерадіожурналістики вимагає повного заглиблення, величезної самовіддачі, а це можливе тільки тоді, коли журналіст відчуває інтерес до вибраної діяльності. «Саме взаємодія емоцій інтересу і радості створюють мотиваційну основу плідної творчої діяльності»⁹ журналіста, від професіоналізму якого залежить ефективність діяльності телебачення і радіо.

Головним чинником журналістського професіоналізму є свідоме володіння методикою створення радіо- і телевізійних матеріалів різних жанрів. Загальні методичні засади журналістської праці нерозривно пов'язані з принципами, функціями і нормами

⁵ Лизанчук, В. В. (2006), *Основи радіожурналістики...* с. 225.

⁶ Дмитровський, З. Є. (2006), *Телевізійна журналістика...* с. 20.

⁷ Керрол, Э. И. (2007), *Психология эмоций...* с. 74–75.

⁸ Іщенко, Н. (2019), «Правило обрання булочок...»

⁹ Керрол, Э. И. (2007), *Психология эмоций...* с. 209.

професійної чи службової етики теле- і радіожурналіста, його світоглядною позицією, національно-духовним переконанням, українським державницьким мисленням, фаховою обдарованістю, інтелектом, здатністю завжди бути готовим до чесної праці. Таке розуміння національних, моральних, професійних засад методики журналістської праці входить до європейського і світового контекстів, але закорінене у національно-громадянській позиції видатних українців. Щоб слово сталося ділом, підкреслював Іван Франко, потрібен дух свободи і любові до правди та до народу в публічній дискусії. Соціально небезпечним у журналістиці й публіцистиці Іван Франко вважав тип *гіпокрита* – лукавої, брехливої людини.

Морально-духовний телерадіожурналіст покликаний з лавини фактів, подій, явищ, якими насичена наша дійсність, безпомилково вибрати лише ті, що дійсно нові, вагомі, цікаві. Телевізійні та радійні інформаційні матеріали мають відповідати на вісім запитань: «що?» (сталося, відбулося), «де?» (місце події), «коли?» (щойно, вчора), «хто?» (здійснив щось), «чому?» (яка причина події), «як?» (трапилося, здійснилося, відбулося), «яке джерело?» (хто повідомив, розповів), «Який наслідок?» (до чого може призвести факт, подія, явище).

Найхарактернішими жанровими особливостями інформаційного теле- і радіоповідомлення є оперативність, подієвість, актуальність, достовірність, неупередженість, конкурентність. Ці ознаки визначають особливості збору матеріалу, методику його опрацювання, тематику, зміст матеріалу. Радіо- і телевізійне повідомлення має відповідати таким вимогам: характеризуватися новизною і свіжістю, бути точним і доказовим, правдивим і об'єктивним, повним і збалансованим, задовольняти людський інтерес, лаконічний стиль і бездоганність формулювань забезпечує чіткість висловлювання. Дуже важливо, щоби телерадіожурналіст про традиційне писав, розповідав нетрадиційно. Адже досить часто важливе за змістом теле- і радіоповідомлення не доходить до серця і розуму, бо не викликає емоцій і не дає задуманого ефекту. У телевізійному і радійному інформаційному матеріалі словам і зображенням має бути тісно, а думкам просторо. Для цього також використовують емоційно забарвлену лексику: епітети,

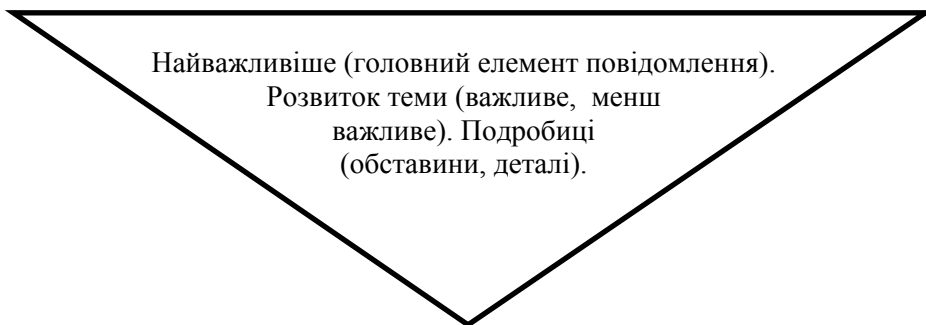


Рис. 1. Модель «перевернутої піраміди».

метафори, фразеологізми, порівняння, елементи гумору і сатири тощо. Яскравість мовностилістичних засобів забезпечує динамічність викладу телерадіоповідомлення.

Для того, щоби переданий по радіо, показаний по телебаченню матеріал краще сприймався слухачами, глядачами, потрібно повідомлення будувати таким способом, який дає можливість легше засвоїти закладену в ньому інформацію. Теорія і практика журналістики виробила низку таких способів, які застосовуються також на радіо і телебаченні.

Згідно з правилами «перевернутої піраміди», головну ідею або висновки формують на початку телерадіоповідомлення. Наголос всього матеріалу робиться на перше речення, або, як його ще називають «лід». Якщо «лід» містить відповіді на кілька запитань, то його називають узагальнюючим. Перше речення повинно бути простим, не дуже довгим, але інформаційно насиченим, органічно пов'язаним із зображенням, коли мовиться про телевізійний матеріал. Отже, радіослухачі, телеглядачі з першої фрази чи двох-трьох і картинок можуть довідатися про суть повідомлення. Наступні речення розташовані за знижуваним ступенем важливості. Другорядні факти, додаткові деталі, пояснення вміщують у кінці матеріалу або просто пропускають.



Рис. 2. Модель «звичайної піраміди».

Основний сенс «звичайної піраміди» полягає в тому, щоби привернути увагу радіослухача, телеглядача інтригуючим початком. Якщо вдалося зацікавити слухача, глядача, то розвиток, поглиблення змісту теми ненав'язливо підводить до самостійного висновку, узагальнення. Телерадіоповідомлення будується за принципом поступового нарощування вражень і раціонального осмислення факту, події, явища.

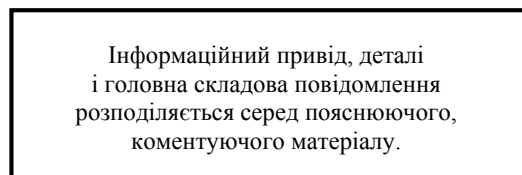


Рис. 3. Модель «прямокутника».

Створення телерадіоповідомлення за моделлю «прямокутника» переважно застосовують під час його підготовки на неоперативну тему. Якщо весь матеріал і його складові рівнозначні за важливістю, то використовують схему «прямокутника».

У телевізійних і радійних повідомленнях використовують також модель «піщого годинника» – фактично зістиковані обернена та пряма піраміди. «Така модель новинного повідомлення ввела в науковий обіг термін «передлід», який готує глядача/слухача до сприйняття безпосереднього ліду, – зазначає О. К. Мелешенко. – Передлід – це все одно, що сигнальне слово у складному тексті для редактора: увага, можлива помилка! Передлід на радіо і телебаченні ніби сигналізує слухачеві/глядачеві: увага, підготуватися до сприйняття ліду»¹⁰.

Набуває належного поширення також модель так званого алмазу, яка в західних ЗМІ вже стала стандартом. Ця модель передбачає:

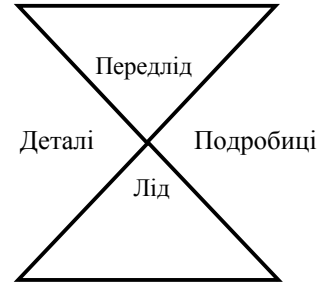
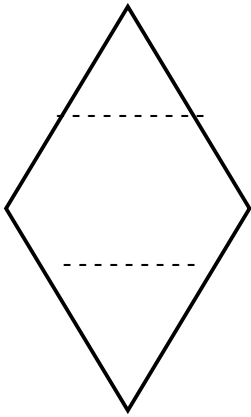


Рис. 4. Модель «піщого годинника».



- проблему чи предмет інформування вводять в початок матеріалу через конкретний приклад;
- подають коментарі експертів, а також іншу інформацію, що роз'яснює проблему (ця частина є основною і найбільшою за хронометражем);
- завершується повідомлення поверненням до людини чи групи людей, приклад яких використовувався в сюжеті¹¹.

Рис. 5. Модель «алмазу».

Знання схарактеризованих моделей побудови інформаційних радіо- і телевізійних повідомлень допомагає телерадіожурналістам, насамперед, молодим, швидше і ліпше створювати свої матеріали. Зрозуміло, що формули в журналістиці – річ умовна і часто навіть безплідна, оскільки мова йде про творчість, а творчість не завжди вкладається у прокрустове ложе формулювань. Ці моделі – лише допоміжний засіб, і вони ще не

¹⁰ Мелешенко, О. К. (2012), *Актуальні питання журналістики*...с. 21.

¹¹ Недопитанський, М. І. (2009), *Тележурналістика: досвід, проблеми, стратегії*...с. 52.

дають можливості створити свій індивідуальний стиль. Оригінальний стиль можна виробити лише на основі знань, досвіду, національно-громадянських переконань, літературного та художнього смаку – словом усього того, чого вимагається для підготовки глибокого та яскравого матеріалу, який не можна створити ні за якими стандартними навчальними формулами.

Щоб зрозуміло писати, говорити, фахово знімати, то треба чітко, інтелектуально, творчо мислити. Для того, щоб оцінити, наскільки вдало підготовлене телевізійне чи радіоповідомлення, то треба собі відповісти на запитання:

- Яка головна думка цього повідомлення?
- Що я повинен (повинна) сказати радіослухачам, телеглядачам, щоб пояснити або аргументувати свою думку?
- Чи є у цьому повідомленні зайве, що не стосується до головної думки?
- Чи є логіка у послідовності речень, зображень, і чи допомагає така послідовність пояснити або аргументувати основну ідею?

Дуже важливим є момент організації «сирого» матеріалу. Подія може відбуватися досить довго, а радійне чи телевізійне повідомлення про неї повинно бути гранично коротким. Отже, треба навчитися відбирати з події найтипівіше, вузлові моменти, щоб на 1,5 – 2–3 хв. слухачі, глядачі мали можливість отримати про неї яскраве і досить повне уявлення. Послідовність висвітлення цих моментів повинна бути найдоцільнішою, відповідати змісту, перебігу самої події. Тому телерадіожурналіст повинен володіти такими якостями, як спостережливість, допитливість, наполегливість, фахова вправність, ерудиція.

Методика створення будь-якого радійного чи телевізійного твору включає задум, вибір теми, концепцію, ідею. Ці етапи творчого процесу органічно поєднуються. Водночас кожний жанр, як уже зазначалося, має свої особливості відтворення дійсності. На жаль, часто жанр звіт називають репортажем. Слід пам'ятати, що об'єктом зображення у радіо- і телевізійному звіті різного роду засідання – збори, конференції, сесії, з'їзди, симпозиуми, дипломатичні прийоми тощо, під час яких обговорюють актуальні питання виробничого, економічного, соціального, освітнього, наукового, культурного, політичного процесу. Телевізійний- і радіорепортаж динамічно, документально, яскраво, емоційно, оперативно відтворює події реальної дійсності в їх розвитку через безпосереднє сприйняття автора (будівництво, промислове і сільськогосподарське виробництво, культурні і спортивні заходи тощо).

Радіозвіт і радіорепортаж створює одна людина, узгодивши в редакції, про яку суспільно-політичну подію підготувати розповідь. Якщо звіт, то яким він має бути – коротким хронікальним чи загальним інформаційно розгорнутим. Тема і різновид радіозвіту (тематичний чи проблемний) може викристалізуватися під час перебування на зборах, конференції, сесії тощо. Найновіші технічні засоби дають можливість радіожурналістові записувати весь перебіг вербальної події і водночас осмислювати, занотовувати найцікавіше, найважливіше, щоб звернути увагу на записане під час монтажу звіту. Щоби не трапилася якась помилка, журналіст обов'язково уточнює порядок денний, прізвище і посади виступаючих, цифри, факти, назви тощо. Не залишає

поза увагою жодного нез'ясованого питання. Ґрунтовно ознайомлюється з доповіддю, ухвалою, бере інтерв'ю в учасників події, щоби виокремити головне і дохідливо про нього розповісти.

Залежно від ситуації, завдання і мети журналіст може готувати прямий ефірний радіорепортаж (наживо), або радіорепортаж, змонтований у студії з попередніх записів на місці події. Залежно від змістового наповнення події, її суспільно-політичної значущості, програмної концепції радіоорганізації змонтований радіорепортаж може бути суто інформаційним, проблемним або художнім. Скрупульозне ознайомлення з об'єктом, про який піде мова у радіорепортажі, незалежно від його різновиду, допомагає знайти якісь цікаві, захоплюючі штрихи, вирішити, як найкраще використати акустику. Доцільно щоби репортер, окрім точної передачі сутності події, включав у репортаж цікаві, а то й смішні моменти. Це розряджає напругу слухачів. До того ж поєднання хвилювання і гумору робить репортаж привабливішим і цікавішим.

Класичний радіорепортаж, як і телевізійний репортаж, будується за законами драматургії. Якщо ці закони порушуються, то порушується і достовірність відображення дійсності. Проте закон сюжетної побудови не можна зводити до суми формальних прийомів. Дуже важливо зробити цікавий початок радіо- і телерепортажу. Не лише тому, що в ньому автор мотивує вибір теми, події, інформує про місце і час. Ці дані вводять слухача, глядача у курс справи, налаштовують на певні очікування. Є головніше призначення вступу – заінтригувати слухача, глядача, створити своєрідний внутрішній «гачок» зацікавленості, на якому слухач, глядач буде триматися до закінчення репортажу. Після інтригуючого початку настає кульмінаційний момент – журналіст розповідає про подію. При цьому важливо знайти свій, оптимальний кут (ракурс) подачі матеріалу. Мистецтво телерадіожурналіста полягає не в тому, щоб нав'язувати свою думку «в лоб», а в тому, щоб спонукати слухача, глядача відчувати атмосферу, в якій перебуває репортер, створити враження присутності слухача, глядача на місці події (ефект присутності). Закінчується репортаж висновками, узагальненнями, які органічно впливають з канви розповіді і є невід'ємною частиною композиції репортажу, який захоплює слухача, глядача динамікою розвитку події, майстерними монтажними прийомами, індивідуальним мовним стилем, акустикою, цікавим деталями.

Особливість створення телевізійного матеріалу полягає також в тому, що звіт, репортаж та інші жанри зазвичай готуються командою – насамперед, репортером і оператором. Правда, є уже приклади, коли телекомпанії користуються послугами однієї людини, яка виконує обидві функції. Доцент З. Є. Дмитровський слушно наголошує: щоби дати глядачам можливість постійно відчувати взаємозв'язок і причетність до подій, у процесі підготовки звіту, репортажу треба дбати про візуальний матеріал не менше, ніж про текстовий, і завжди пам'ятати, що він має бути не просто ілюстрацією слів репортера, а й змістовно органічною частиною звіту, репортажу. «Журналістові потрібно не тільки зафіксувати головні моменти події, а й передати відповідний настрій людей, розкрити глядачеві їхній внутрішній стан – таке завдання відеознімання. Це завдання можна успішно виконати за умови детального вивчення висвітлюваних питань і оператором, який має пам'ятати, що зображення, як і слово, є тільки символом

реальності, одним із видів телевізійної мови; що камера (скільки б ми не говорили про її об'єктивність!) сама не відтворює дійсності, а показує лише те, що хоче оператор. Глибоке взаєморозуміння оператора з репортером – запорука успішної співпраці, спрямованої, передусім на правдиве відображення фактів, подій, явищ»¹².

Телеглядач і радіослухач тоді проймається довірою до репортера, коли він завжди і скрізь залишається самим собою. Певна річ, високий професіоналізм не так легко дається. Навіть той, хто обдарований «божою іскрою», повинен наполегливо працювати над своєю мовою, повсякденно розширювати свій кругозір, світогляд, відточувати майстерність оповідача. Вимовивши фразу, репортер повинен подумати про те, яке враження справить вона на слухача, глядача, як він сприйме її. А головне – він повинен бути національно свідомим, з українським державницьким мисленням і переконанням, займати морально-громадянську позицію.

Важливим компонентом медійної сфери, яка породжує і тиражує певні меседжі в інформаційно-гуманітарному просторі, є радіо- і телевізійне інтерв'ю. На відміну від інших жанрів радіо- і телевізійне інтерв'ю є результатом праці журналіста і співбесідника. Якщо оціночні судження про факти, події, явища висловлює авторитетна особа, чия компетентність і принципова громадянська позиція не викликає сумніву, то створюються передумови позитивного впливу радіо чи телевізійного інтерв'ю на формування українського державницького мислення, національної й загальнолюдської гідності, морально-духовних цінностей.

Головними методичними засадами створення радійного і телевізійного інтерв'ю є три нерозривно взаємопов'язаних і невіддільних на практиці етапи: загальний, конкретний, психологічний.

Загальна підготовка журналіста до інтерв'ю складається з інтелектуальних і професійних знань, національно-громадянської свідомості, морально-духовної зрілості, глибокого володіння рідною мовою: в Україні – українською, Італії – італійською, Німеччині – німецькою, Польщі – польською, США – англійською, Японії – японською. Ці засадничі чесноти телерадіожурналістської творчості здобуваються, нагромаджуються, усвідомлюються під час сумлінного навчання і цілеспрямованої практичної роботи.

Конкретна підготовка до інтерв'ю включає визначення мети спілкування і характеру необхідних відомостей, вивчення теми інтерв'ю і майбутнього співбесідника, попереднє обдумування змісту розмови, складання запитань, домовленість про час і місце зустрічі, добре володіння аудіо- та відеотехнікою.

Психологічна підготовка до інтерв'ю здійснюється як загальним, так і конкретним типами: добре знати життя, вболівати за людей, уміти вибирати для журналістських матеріалів події, які в цей момент є найактуальнішими, найбільше хвилюють слухачів, глядачів.

У зв'язку з тим, що розуміння сутності факту, події, явища, їх суспільно-політичне значення розкривається через повідомлення, аналіз, осмислення компетентної людини, то журналістам потрібно виробляти у себе потрібні морально-духовні якості, набува-

¹² Дмитровський, З. Є. (2006), *Телевізійна журналістика...* с. 87.

ти знання про інтерв'ю як ситуацію соціально-психологічного спілкування, процес сприйняття людиною. Щоразу здійснювати «програмування» (прокручування) психологічної ситуації конкретного інтерв'ю, психологічне настроювання (мобілізація, готовність) на бесіду.

Прийнято розрізняти інтерв'ю як метод одержання різноманітної інформації для написання журналістських творів та інтерв'ю як жанру. Залежно від мети, змісту матеріалу, методу його освоєння і викладу у ЗМІ, ми розрізняємо такі різновиди інтерв'ю (безперечно, з певною умовністю): офіційні (протокольні), суто інформаційні, портретні (інтерв'ю-зарисовка), проблемні (публіцистичний діалог), інтерв'ю-анкета, прес-конференція, інтерв'ю-полілог (бесіда за круглим столом)¹³.

На відміну від закордонного досвіду, наприклад, французьких журналістів, які не вважають інтерв'ю ні дебатами, ні дискусією, а завдання журналіста вбачають лише у тому, щоб ставити запитання, в українській журналістиці не тільки допускаються, а й бажані в інтерв'ю елементи дискусійності. Адже в такому випадку схрещуються різні думки – журналіста і співрозмовника. Від цього інтерв'ю стає експресивнішим та динамічнішим.

Хоча газетне інтерв'ю, радіоінтерв'ю чи телеінтерв'ю близькі «родичі», між ними є велика різниця. Вона виявляється, наприклад, уже в тому, що у газетному інтерв'ю журналіст сам викладає відповіді на задані ним запитання. Навіть стенографічний запис чи запис на диктофон і після розшифрування спеціально опрацьовують для преси.

На радіо і телебаченні в ідеальному випадку інтерв'ю створюється у той самий момент, коли журналіст бесідує з людиною. Записане на звуконосій інтерв'ю зберігає риси справжнього документа: голосу, стилю мови, інтонації співрозмовників. Зміст інтерв'ю у газеті відповідає на запитання: «**Що** сказав інтерв'юований», а інтерв'ю на радіо, – «**Що і як** він сказав». І. Андроніков зазначив, що в усній мові те, як людина сказала, часто означає те, що вона сказала¹⁴. Специфіка документальності тут полягає у неповторності інтонації, своєрідності індивідуальної мовної манери людини.

Телевізійне інтерв'ю, на відміну від газетного і радіоінтерв'ю, дає змогу довідатися не лише про те, **що і як** сказала людина, а й побачити процес народження думки, слова, фрази. Тільки по телевізору ми можемо побачити миттєві душевні вагання, ледве вловимі рухи очей, легку усмішку тощо. Перевагу телевізійного інтерв'ю над газетним і радіомовним забезпечують зорові компоненти: «реакція інтерв'юованого, його міміка, жести, імпровізація під час передачі, зацікавленість темою розмови і низка інших чинників, що виникають у живому спілкуванні людей»¹⁵.

Журналіст-газетяр опрацьовує і готує матеріал інтерв'ю після того, як відбулася його розмова з інтерв'юованим; радіо- і телевізійний журналіст, навпаки, скрупульозно готується до самого процесу інтерв'ювання, тобто значна частина його зусиль пов'язана з підготовкою до інтерв'ю. Відповідь на запитання, поставлені телевізійним

¹³ Лизанчук, В. В. (2006), *Основи радіожурналістики*... с. 284.

¹⁴ Андроніков, Й. Л. (1961), «Мыслить публично, мыслить вслух»... с. 70–72.

¹⁵ Дмитровський, З. Є. (2006), *Телевізійна журналістика*... с. 71.

чи радіожурналістом, одночасно з журналістом отримують і слухачі, і так вони ніби стають учасниками розмови з компетентною особою, яка володіє важливою, потрібною і цікавою інформацією. Газетяр може на свій розсуд змінити порядок запитань у матеріалі, який готує для преси, упустити одні запитання і відповіді, детальніше, ґрунтовніше викласти інші. Телевізійний чи радіожурналіст у випадку, коли інтерв'ю зразу передається в ефір, позбавлений такої можливості. Описовий текст, який широко застосовують у газетних інтерв'ю, на радіо і телебаченні використовується рідко, зазвичай, на початку інтерв'ю або у підсумковій частині, тобто за межами основного матеріалу.

Об'єктивною передумовою виникнення інтерв'ю є громадський інтерес до подій чи проблем, що в цей момент цікавлять аудиторію. Головне призначення інтерв'ю – задовольнити цей інтерес: виявити авторитетну думку про цю подію чи проблему, отримати інформацію, яка буде важливою і корисною для слухачів. «Інтерв'ю приваблює журналістів невичерпними можливостями для розкриття внутрішнього багатства людини – її думок, сподівань, передбачень, показу її політичних переконань, світогляду, ставлення до тих чи інших подій, проблем тощо»¹⁶. Оскільки діалог перед мікрофоном чи телекамерою слугує для передачі по радіо і телебаченню, він помітно відрізняється від тих діалогів, які щоденно ведемо у побуті. У житті, як відомо, ми часто користуємося різними скороченнями, жаргонізмами, жестами, зрозумілими тільки для співрозмовників. Інтерв'ю ж для радіо і телебачення потребує граничної чіткості та якості у постановці запитань та викладі відповідей. Адже слухачі і глядачі не мають змоги ставити запитання-уточнення. Ця обставина змушує репортера бути дуже уважним під час інтерв'ю, пильно стежити за тим, щоб зміст його постійно залишався зрозумілим для слухачів і глядачів.

Доцільно зосереджувати увагу на меті інтерв'ю із людиною, яка володіє необхідною суспільно значущою інформацією, – тобто отримати і повідомити слухачеві і глядачеві:

- а) нові, невідомі раніше факти про важливу, цікаву для багатьох подію;
- б) проаналізувати, прокоментувати факти, події, явища, які викликали інтерес громадськості;
- в) ознайомити населення з думкою офіційних осіб про ті чи інші суспільно вагомі питання, проблеми, роз'яснити їх суть, порадити, як подолати труднощі, досягти намічених цілей¹⁷.

Телевізійне або радіоінтерв'ю може бути як самостійною передачею, так і в складі інших передач і жанрів. Інтерв'ю як самостійна передача (найчастіше під рубрикою «Актуальне інтерв'ю») має композиційну й сюжетну завершеність. Інтерв'ю як складова частина іншої передачі (наприклад, випуску новин, ток-шоу, спеціальної програми тощо) здебільшого не претендує на композиційну та сюжетну довершеність. Коли ж інтерв'ю є елементом інших радіо- і тележанрів (скажімо, звіту, репортажу, нарису), то

¹⁶ Миронченко, В. Я. (1978), *Діалогічні жанри радіомовлення...* с. 6.

¹⁷ Лизанчук, В.В. (2006), *Журналістська майстерність...* с. 73.

найчастіше складається із двох-трьох запитань і відповідей, а часом і взагалі з одного запитання і однієї відповіді. Таке інтерв'ю називають монологічним. До речі, у перекладі з англійської (interview) – це не лише бесіда двох або кількох осіб, а й зустріч з кимось. Під час неї може бути щось повідомлено і в монологічній формі (З. Є. Дмитровський). Змістовність, точність і витонченість висловлених інтерв'ююваним міркувань в основному є результатом точності, зрозумілості запитань, заданих журналістом. Тривалість інтерв'ю залежить від багатьох обставин, але переважно воно триває 2–10 хвилин.

Диалогічний характер інтерв'ю дає у руки журналіста диригентську паличку. Він конструктор розмови. Від нього залежить, чи з'явиться у співбесідника бажання відповідати, чи вийде цікава розмова перед мікрофоном чи відеокамерою. Телерадіожурналіст виконує кілька ролей: організатор зустрічі, автор запитань, значною мірою режисер передачі, виконавець завдання редакції тощо. Під час інтерв'ю журналіст повинен пам'ятати такі методичні вимоги:

1. Мати чітку тему й розуміти проблему, а також і відповідного гостя.
2. Досліджувати тему з нового ракурсу. Не говорити про те, що вже давно всім зрозуміло або відомо. Не бути банальним, не допускати, щоб інтерв'ю було схоже на інші. Для цього потрібно ознайомитися з попередніми інтерв'ю співрозмовника і знайти теми й запитання, що найчастіше повторюються. І підготувати інші цікаві запитання.
3. Не запрошувати людину тільки тому, що вона «крута» (займає високу посаду). Пам'ятати, що журналіст іде до «джерела», а не до особи.
4. Ставити запитання, які б спонукали думати співрозмовника. Наприклад: «Які у Вас переконання?», «Що ви маєте на увазі?», «Як ви собі це уявляєте?».
5. Готуватися до інтерв'ю. Підходити до нього зі знаннями теми й зі знаннями попередніх поглядів гостя (background). Знати так само багато, як і об'єкт інтерв'ю, щоб не ставити безглузвих запитань.
6. Обов'язково скласти план розмови, але не боятися від нього відступити. Нехай у розмові буде трохи джазу: основна лінія з імпровізаціями на яскраві теми.
7. Запитувати про професійне, а потім про особисте.
8. Не бути багатослівним. Якщо запитання довше за відповідь, журналіст перебуває не на своєму місці. Виняток: коли журналіст висловлює своє розуміння, припустімо, твору письменника чи змісту пісні.
9. Заповнювати паузи запитаннями, щоб співрозмовник не почав повторювати сказане.
10. Поводитися відповідно до формату програми. Якщо журналіст поводитиметься якось інакше, його можуть не зрозуміти.
11. Стежити за часом. Якщо інтерв'ю в прямому ефірі – його тривалість 15–20 хв з перебивками й блищами.
12. Неупереджено ставитися до своїх співрозмовників (не виказувати емоції).
13. Стежити за суперечливими заявами. Тримати розмову у своїх руках.
14. Перепитувати, якщо співрозмовник втікає від запитань. На Бі-Бі-Сі дозволяється тричі поставити одне й те ж запитання.
15. У жодному разі не давати всі запитання заздалегідь.

16. Сприяти розмові мовою тіла й жестів.

17. Якщо інтерв'ю подається в записі, то монтувати чесно, не висмикуючи фраз із контексту¹⁸.

Канадський репортер, письменник і викладач журналістики Д. Савотські написав, що основоположними принципами методу підготовки запитань є такі: запитання повинні бути відкритими, нейтральними і простими. Він склав список десяти «смертельних гріхів» журналіста під час роботи над інтерв'ю. На думку Д. Савотські варто заборонити такі запитання:

1. Запитання, що допускають односкладові відповіді («так» – «ні»).
2. Стверджувальне запитання замість запитального.
3. Два запитання в одному.
4. Перевантажені запитання.
5. Запитання, що підштовхують до відповіді.
6. Коментарі й особисті оцінки у запитанні.
7. Припущення й домисли у запитанні.
8. Навішування ярликів у запитанні.
9. Перебільшення у запитанні.
10. Занадто складні для розуміння запитання¹⁹.

На наш погляд, не з усіма цими «гріхами» можна погодитися. У публіцистичному діалозі повинна бути зрозумілою також позиція журналіста. Досвідчений журналіст, випускник кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка Роман Вінтонів (Майкл Щур) під час зустрічі з учасниками Літньої школи журналістики у газеті «День» висловився так: «Напевно, найважливіше – це не сам факт прояву або не прояву громадянської позиції, а щоб власна позиція не закривала очі на факти. Те, якою мовою ви пишете, це вже громадянська позиція»²⁰.

У зв'язку з тим, що найціннішим інтелектуальним, просвітницьким матеріалом у телевізійному чи радіоінтерв'ю є думка, судження, тлумачення інтерв'ююваного, а не дані, які журналіст може отримати з інших джерел, то інформаційне навантаження повинні нести слова репортера, а оцінкове – слова інтерв'ююваного. Кажуть, культура – це те, що залишається, коли людина забуває все. Інтерв'юер може все забути, але не безкорисливу повагу до співбесідника – безвідносно до його посади, становища, популярності. Тільки власною національно-патріотичною, морально-інтелектуальною глибиною, професійно-громадянською зрілістю ми здатні виміряти духовну глибину, компетентність інтерв'ююваного і ознайомити з нею радіослухачів і телеглядачів.

З таких морально-професійних позицій розглядаємо основні вимоги щодо виступів по радіо і телебаченню політичних, державних, партійних, громадських діячів, представників ділових кіл, працівників народного господарства, освіти, науки, культури, спорту, тощо. Виступи по радіо і телебаченню поділяють на такі різновиди: виступ-звіт,

¹⁸ Яковець, А. В. (2009), *Телевізійна журналістика: теорія і практика*...с. 78–79.

¹⁹ Фихтелиус, Э. (1999), *Десять заповедей журналистики*...с. 67.

²⁰ Семенченко, В. (2019), «Те, якою мовою ви пишете...»

виступ-коментар, виступ-відгук, виступ-спогад, виступ-звернення. Головні складники підготовки радіо- чи телевиступів – вибір теми і відповідного виступаючого, який би за 2–5 хвилин зумів змістовно, переконливо, правдиво, оригінально розповісти про сутність важливої події, актуальне суспільно-політичне явище. Кожний виступ по радію, телебаченню – це розмова з мільйонами різних за характером, віком, професією, освітою, світоглядом, смаками людей. Їх треба собі уявити, поспробувати у думках звернутися до них, а вже потім записуватися у студії чи виходити прямо в ефір. Слухачам, глядачам не байдуже, хто і як з ними розмовляє, про що розповідає, які акценти розставляє. Млявий, інертний без зрозумілого змісту не викличе зацікавленості у слухачів і глядачів.

Монологічний виступ по радію і телебаченню – це також самовираження людини, її національно-громадянської позиції, морально-духовних устремлінь, переконань, уподобань. Тому і вибір теми, і вибір виступаючого – дуже важливий підготовчий період. Можна відштовхнутись від ідеї, актуальності теми, а потім шукати людину, яка би її розробила і донесла сутність до слухачів, глядачів. Або навпаки – досвідчений політик, депутат, громадський діяч, учений, бізнесмен пропонує тему, журналіст її схвалює (або не схвалює, пропонує іншу), визначає обсяг, час виходу в ефір. Але за будь-яких умов журналіст сам повинен добре розуміти ситуацію, з'ясувати і визначити конкретну тему виступаючому.

Інформаційний привід формують у введенні до виступу. Введення, яке озвучує кореспондент або ведучий, і сам виступ – це два основні структурні елементи цього жанру. Може також бути використаний відеоматеріал чи аудіоінформація. Виступ по радію, телебаченню добре сприймається, якщо мова образна, коли відчувається, що виступаючий вболіває за те, про що розповідає. Отже, людина, яка опинилася перед мікрофоном, відеокамерою, покликана сказати таке і так, що знайшло б відгук у серцях слухачів, глядачів. Цю методичну вимогу повинен, насамперед, пам'ятати журналіст, коли добирає виступаючого. Він зобов'язаний, якщо є текст, уважно його вчитати, щоби українська мова виступаючого була літературною, простою, дохідливою до слухачів, глядачів. Якщо потрібно, то обов'язково нагадати виступаючому, що в Україні державною мовою є українська мова, і він, як офіційна особа, зобов'язаний із радіослухачами, телеглядачами спілкуватися тільки українською мовою або найняти перекладача. Якщо виступаючий записується без тексту, робить мовні помилки, то, не соромлячись, журналіст має його ввічливо зупинити і перезаписати ті чи інші речення, абзаци. Після запису виступ потрібно кваліфіковано змонтувати: вилучити обмовки, фактичні, мовні помилки, невинуваті паузи, підкреслити найістотніше.

Виступаючий по радію і телебаченню повинен не лише володіти суспільно значущою інформацією, а й уміти її викласти, щоб слова його глибоко проникли у свідомість слухачів, глядачів, спонукали до добрих вчинків в ім'я утвердження демократії, морально-духовних цінностей, розбудови соборної української України.

Висновки. У нинішніх умовах інформаційного буму, глобалізації, гібридної війни Російської Федерації проти України важливість правдивої інформації набуває особливого значення. Для радіослухача, телевізійного глядача не так важливо, якого жанру

звучить матеріал по радіо, показують по телевізору. Головне для реципієнта, щоби матеріал був цікавим, морально, духовно, інтелектуально збагачував.

Щоби цікаво розповідати по радіо, показувати і повідомляти по телебаченню, то журналіст достеменно повинен знати особливості кожного жанру, можливості того засобу масової інформації, в якому він працює. Тобто, не лише володіти соціально важливими фактами, подіями, явищами, мати про що сказати, а – найголовніше – вміти сказати. Тому значення ознак кожного радіо- і телевізійного жанру його специфіки, можливостей реалізації творчого задуму не тільки скорочує шлях до серця і розуму слухачів, глядачів, а робить спілкування з ними на радіо і телебаченню плідотворнішим, ефективнішим.

Правдива, інтелектуально насичена, цікаво подана інформація повинна вільно розповсюджуватися по вертикалі – від покоління до покоління, – і по горизонталі – на рівні одного покоління, суспільства, громади. Свідоме й активне прискорення руху інформації знань, досвіду, національно-гуманних цінностей академік С. Вовканич називає духовною мобільністю нації, що є надійним підґрунтям формування і утвердження української національної ідентичності, громадянської позиції, патріотизму у боротьбі із зовнішніми та внутрішніми ворогами України.

Створення українського національного інформаційного простору можливе за умови морально-професійного зростання в теле- та радіожурналістів глибокого розуміння ними місії, що забезпечить естетично-інтелектуальні потреби телеглядачів і радіослухачів в оперативних, правдивих, різноманітних, цікавих програмах. Отже, підвищення ролі такого важливого соціального інституту як радіомовлення і телебачення залежить від професійних, моральних, громадянських національно-духовних якостей фахів, формування яких передбачає глибоке теоретичне і практичне опанування теле- і радіожурналістськими жанрами, всіма аспектами функціонування електронних засобів масової інформації.

Список літератури

1. Андроников, И. Л. (1961), «Мыслишь публично, мыслишь вслух», *Советское радиовещание и телевидение*, № 3, с. 70–72.
2. Дмитровський, З. Є. (2006), *Телевізійна журналістика: Навч. посібник*: вид. 2-ге, ПАІС, Львів, 208 с.
3. Іщенко, Н. (2019), «Правило обрання булочок, або Урок ірраціональності для політтехнологів та медівників», *День*, 26–27 квітня.
4. Кэрролл, Э. Изард. (2007), *Психология эмоций*, Пер. А. Татлыбаева, В. Мисник, Изд-во Питер, 464 с.
5. Лизанчук, В. В. (2006), *Основи радіожурналістики: Підручник*, Знання, Київ, 628 с. + компакт диск.
6. Лизанчук, В. (2011), *Журналістська майстерність: Підручник*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, 376 с.
7. Мелешенко, О. К. (2012), *Актуальні питання журналістики : Зб. наук ст. і виступів офіц. опонента на захист доктор. і канд. дис.*, Київ, 112 с.
8. Миронченко, В. Я. (1978), *Диалогічні жанри радіомовлення*, Київ, 51 с.

9. Недопитанський, М. І. (2009), *Тележурналістика: досвід, проблеми, стратегії: практ. посібник*, ДП «Газетно-журнальне видавництво Міністерства культури і туризму України», Київ, 144 с.
10. Семенченко, В. (2019), «Те, якою мовою ви пишете, – це вже громадянська позиція», *День*, 9–10 серпня.
11. Таггл, К., Карр, Ф., Хаффман, С. (2006), *Новости в телерадиоэфире. Подготовка, продюсирование и презентация новостей в СМИ*, пер. с англ., ГИТР, Москва, 327 с.
12. Фихтелиус, Э. (1999), *Десять заповедей журналистики*, пер. со швед. Вероники Менжун, Москва.
13. Яковець, А. В. (2009), *Телевізійна журналістика: теорія і практика: Посібник*, 2-ге вид. доповн. і перероб., Вид. дім «Києво-Могилянська академія», Київ, 262 с.

References

1. Andronykov, Y. L. (1961), «Myslyt publichno, myslyt vslukh», *Sovetskoe radioveshchanye i televidenye*, № 3, s. 70–72.
2. Dmytrovskiy, Z. Ye. (2006), *Televiziina zhurnalistyka: Navch. posibnyk: vyd. 2-he*, PAIS, Lviv, 208 s.
3. Ishchenko, N. (2019), «Pravylo obrannia bulochok, abo Urok irratsionalnosti dlia polittekhnohiv ta medivnykiv», *Den*, 26–27 kvitnia.
4. Кэрролл, Э. Язрд. (2007), *Psikhohohyia emotsyi*, Per. A. Tatlybaeva, V. Mysnyk, Izd-vo Piter, 464 s.
5. Lyzanchuk, V. V. (2006), *Osnovy radiozhurnalistyky: Pidruchnyk*, Znannia, Kyiv, 628 s. + kompakt disk.
6. Lyzanchuk, V. (2011), *Zhurnalistska maisternist: Pidruchnyk*, LNU imeni Ivana Franka, Lviv, 376 s.
7. Meleshchenko, O. K. (2012), *Aktualni pytannia zhurnalistyky: Zb. nauk st. i vystupiv ofits. oponenta na zakhyst doktor. i kand. dys.*, Kyiv, 112 s.
8. Myronchenko, V. Ya. (1978), *Dialohichni zhanry radiomovlennia*, Kyiv, 51 s.
9. Nedopytanskyi, M. I. (2009), *Telezhurnalistyka: dosvid, problemy, stratehii: prakt. posibnyk*, DP «Hazelno-zhurnalne vydavnytstvo Ministerstva kultury i turyzmu Ukrainy», Kyiv, 144 s.
10. Semenchenko, V. (2019), «Te, yakoiu movoiu vy pyshete, – tse vzhe hromadianska pozytsiia», *Den*, 9–10 serpnia.
11. Tahhl, K., Karr, F., Khaffman, S. (2006), *Novosti v teleradioefyre. Podhotovka, prodiusyrovanye i prezentatsyia novostei v SMY*, per. s anhl., HYTR, Moskva, 327 s.
12. Fykhtelyus, E. (1999), *Desiat zapovedei zhurnalistyky*, per. so shved. Veronyky Menzhun, Moskva.
13. Iakovets, A. V. (2009), *Televiziina zhurnalistyka: teoriia i praktyka: Posibnyk*, 2-he vyd. dopovn. i pererob., Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», Kyiv, 262 s.

Стаття надійшла до редколегії 14.11.2019

Прийнята до друку 18.11.2019

BASIC METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF FUNCTIONING OF INFORMATION TV AND RADIO GENRES

Oksana Bilous

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: bilousoksana1977@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2008-8196>*

The article deals with the important requirements for the professional activity of television and radio journalists in the conditions of Russia's war against Ukraine. For television and radio broadcasters to successfully fulfill their humanistic and charitable mission, they should have a good knowledge of the «weapons» by which they can achieve their goal. Choose the most appropriate genre to cover socially important facts, events, phenomena and skillfully own this genre.

The author showed that there are three ways television and radio genre reflect reality: 1) reporting facts (news); 2) interpretation of facts, events, phenomena; 3) artistic and journalistic revealing of facts, events, phenomena. These ways to reflect reality create three relatively stable groups of TV and radio journalism genres: informative, interpretive and nonfiction.

Informative genres include radio messages, radio report, radio interviews, radio performance, radio press review. An important factor in the emergence of TV genres was the combination of auditory and visual features of the perception of material from the screen. Associate Professors Dmytrovsky and Yakovets designated the following informational television genres: oral message (it can be chronicle, extended or detailed and commented), video message, video note, video story (types: reportage, storytelling, overview story, human portrait story, investigation story). Stability of genre structure is relative. Some radio and TV genres have «floating» nature; often there is a mix of genres, for example, news video story and commenting, reportage and interview. Interviews are commonly referred to as the informative genre, but there is a problematic interview (journalistic dialogue), which gives an in-depth look at current issues of Ukrainian state-building or Russian-Ukrainian warfare.

The main factor in journalistic professionalism is a conscious mastery of the methods of creating radio and TV material of different genres. The article shows that the general methodological principles of journalistic work are inextricably linked to the principles, functions and standards of professional ethics of a TV or radio journalist, his or her worldview, beliefs, professional talent, intelligence, the ability to always be prepared for honest work. Such understanding of the national, moral, and professional foundations of journalistic work is part of European and world contexts.

Key words: radio, television, radio and television genres, methods of preparing radio and television genres, journalistic skills, manipulative propaganda, professionalism, national consciousness.