



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Департамент коммуникаций и медиа

Гладун Татьяна Максимовна

ТОК-ШОУ НА СОВРЕМЕННОЙ РАДИОСТАНЦИИ «ЛЕММА»

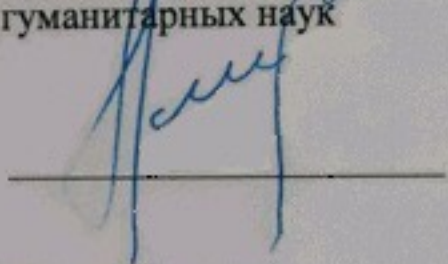
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению подготовки 42.03.02 журналистика,
бакалаврская программа «Журналистика»

Владивосток
2018 г.

В материалах данной выпускной квалификационной работы не содержатся сведения, составляющие государственную тайну, и сведения, подлежащие экспортному контролю.

Директор Школы искусств и гуманитарных наук



Ф.Е. Ажимов

«20» июня 2018г.

Автор работы Тур
(подпись)

«20» июня 2018г.

Руководитель ВКР К. номг. к. доцент
(должность, уч. степень, ученое звание)

Тур Турлак А. А.
(подпись) (ФИО)

«20» июня 2018г.

Назначен рецензент Выпускная ред.
(уч. степень, ученое звание)

Физиков А. Ю. / Б. Физиков
(фамилия, имя, отчество)

«Допустить к защите»

Директор департамента

(уч. степень, ученое звание)

Защищена в ГЭК с оценкой

Секретарь ГЭК

Кириллова Е. А.
подпись И.О. Фамилия

«25» июня 2018г.

(подпись) (и. о. фамилия)

«___» _____ 20__ г.

Нормоконтроль Б. Турлак А. А.

Ву к. культурологии, зочет.

13.06.2018г.

Оглавление

| | |
|--|----|
| Введение | 4 |
| Глава 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ТОК-ШОУ НА РАДИО | 6 |
| 1.1 Рекреативная функция и радио..... | 6 |
| 1.2 Направленность радиостанций и форматы их программ..... | 9 |
| 1.3 Программы в формате ток-шоу и их организация | 20 |
| Глава 2 СОЗДАНИЕ РАДИОШОУ НА СТАНЦИИ «ЛЕММА»..... | 30 |
| 2.1 Радиостанция «Лемма», ее контент и аудитория. План ток-шоу | 30 |
| 2.2 Ток-шоу «Три кита» | 37 |
| Заключение..... | 65 |
| Список литературы | 66 |

Введение

Журналистика, как и любая другая сфера, имеет функции. К ним относится: информационная, коммуникативная, идеологическая и развлекательная. Про последнюю и пойдет речь в дипломной работе.

Развлекательная или рекреационная функция необходима человеку для восстановления сил, в качестве отдыха. В свою очередь, рекреация может не только развлекать, но и просвещать. В данной работе мы рассмотрим развлекательную функцию в таком электронном медиа, как радио.

Стоит отметить, что развлечение в СМИ – это неотъемлемая и вполне естественная часть работы медиа. Функция развлечения слабо выражена в печатной периодике и широко используется в электронной прессе. Радио – слушают. Слушать по радио музыку, художественное чтение, трансляцию спектаклей и концертов – развлечение. Телевизор – смотрят. Смотреть многочисленные развлекательные программы – отдых. Отметим, что программы для отдыха и просвещения могут воплощаться по-разному, в том числе в жанре ток-шоу. Этот сравнительно новый жанр пользуется большой популярностью у медиа пространства, так как любую передачу можно сделать в этом жанре.

Актуальность выбранной темы в том, что современный человек заинтересован в своем развлечении, и стремится заполнить свое свободное время тем, на чем можно отдохнуть и расслабиться. Сегодня средства массовой информации предоставляют такую возможность очень широко. На этом взаимодействии у СМИ большая конкуренция и много вариантов для потребителя – это и концерты, трансляции, сериалы, реклама, и, конечно же, развлекательные передачи. Их становится все больше, они развиваются, умеют просвещать и культурно обогащать общество. Сейчас актуален такой формат, когда человек в игровой форме просвещается. Подобного рода передачи обретают большую популярность, и воплощаются, в том числе, через ток-шоу.

На сегодняшний день это действенный и популярный способ завлечь и удержать аудиторию.

Объект ВКР – радио и развлекательные программы, а также их взаимодействие.

Предмет ВКР – дневное ток-шоу на радио «Лемма»

Цель – выяснить, как работают развлекательные программы в жанре ток-шоу на примере программы у радиостанции «Лемма».

В задачи дипломной работы входит:

- Рассмотреть жанр ток-шоу, его методы работы с аудиторией;
- Выяснить, как устроена работа радиостанции и как ток-шоу туда вписываются;
- Определить, какие программы можно считать ток-шоу и как их создать.

В ходе работы представлены две части: теоретическая и практическая. Из теоретической базы, которая содержится в первой главе, берется материал для практики. Во второй части практическим творческим путем рассматривается и воплощается ток-шоу на конкретной радиостанции.

Глава 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ТОК-ШОУ НА РАДИО

1.1 Рекреативная функция и радио

Как известно, у журналистики, которая выражает себя, в частности, через телевидение, радио, интернет, как и у любой другой сферы, есть функции. Функции в данном контексте – это очень широкая структура, которую, кроме того, что нужно подробно тщательно исследовать, требуется посмотреть, как она проявляется на деле.

Чтобы приступить к раскрытию темы дипломной работы, нужно начать издалека и посмотреть, откуда берет начало заявленная выше ветвь журналистики. Так что же такое рекреативная функция, и каково ее значение?

Когда мы приходим домой после рабочего дня, или когда у нас в принципе есть свободное время, мы хотим заполнить его. Самый легкий способ это сделать – зайти в интернет или включить телевизор. В случае если мы едем в транспорте, то можем слушать радио. Что мы делаем в первую очередь? Или что нам интереснее всего узнать, когда мы начинаем принимать информацию? Новости, погода, возможно, ситуацию на дорогах, дальше мы хотим расслабиться, хотим непринужденной информации, которая отвлекла бы нас. И вот тут журналистика начинает выполнять свою функцию создания условий для отдыха, интересного проведения досуга. Другими словами, тот медиа продукт, которым мы заполняем свое свободное время, является средством для избавления от напряжения, восстанавливающий силы.

Многими исследователями отмечается, что потребность в рекреации становится все выше и иногда в ущерб другой деятельности человека. Кстати говоря, тут желания в проведении досуга с потреблением медиа продукта у людей расходятся. Кто-то выберет смотреть спортивный канал, кто-то отдаст предпочтение концерту, музыке, а кто-то захочет посмотреть шоу¹.

В учебнике Федотовой Н.А. подробно рассматривается понятие

¹Федотова, Н.А. Рекреативные функции СМИ: учеб.-метод. Комплекс / Минск : БГУ, 2014. – 11-18 с.

рекреации, оно раскрывается в широком смысле.

На всех этапах общественного развития противоречивая сущность рекреации проявлялась в многообразии позитивных и негативных форм проведения досуга, игр, организации развлечений, приемов релаксации и т. д. – во всем том, что за столетия сложилось в совокупность рекреационной деятельности.

Даже беглое обращение к происхождению и значению слова «рекреация» указывает на то, что его семантика содержит созидательный, творческий, возвышающий гуманистический смысл.

В большинстве случаев под рекреацией понимается расширенное воспроизводство физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека. Это может быть любая игра, развлечение, которое необходимо для восстановления физических и умственных сил. По мысли Дж. Келли, рекреация всегда связана с восстановлением сил духовных и физических, т. е. ей должна предшествовать какая-то деятельность, после которой необходима рекреация.

Человек должен восстанавливать себя и свои силы не только для того, чтобы выполнять очередную порцию рабочей нагрузки и повышать производительность труда, но и для более высоких целей: чтобы развивать свой личностный потенциал, чтобы комфортно себя чувствовать, находиться в состоянии гармонии с миром. Человек должен восстанавливать себя, чтобы более полноценно жить. Не случайно смысловое наполнение термина «рекреация» изначально предполагает некие социально приемлемые цели, созидательный смысл, элемент творчества и личностного развития.

Правильно организованные рекреационные занятия почти всегда требуют игры ума, творческой выдумки, находчивости, остроумия, изобретательности, для полноценной рекреации необходим определенный психологический отрыв от обычной обстановки ².

С точки зрения производимого эффекта рекреация является процессом восстановления сил и психофизиологического баланса организма, всегда влияет

² Росс, Е.А., Слагающие успешного ток-шоу на радио // Медиасреда. – 2014 г. Вып. № 9. С. 2.

на психофизиологический тонус человека. Она может считаться результативной, если в итоге возникает так называемый рекреационный (далее – восстановительно-развивающий) эффект, суть которого в том, что человек испытывает чувство бодрости и удовлетворения, достигает душевного равновесия и комфорта, готов к новым нагрузкам.

Рекреация происходит независимо от времени, является способом «обогащения» времени, проведенного на работе и/или вне ее. Предполагает добровольное участие в той деятельности, которая дает человеку радость и удовлетворение, побуждает к восстановлению физических, духовных и интеллектуальных сил, поддерживает состояние эмоционального комфорта.

Формы проведения досуга включают в себя весьма широкий круг занятий и не исчерпываются деятельностью средств массовой информации. Однако в нашем случае упоминание досуговой сферы необходимо потому, что к рекреативному контенту СМИ человек обращается чаще в свободное время, чем в несвободное.

Если объединить вышесказанное, то мы увидим вот что – мы хотим заполнить свой отдых тем, что отвлечет нас, но это должно не просто отвлекать, а с интеллектуальной, физической и эмоциональной составляющей воздействовать на наше сознание³.

В современном мире желание людей «потреблять» продукты СМИ растут каждый день, и рекреация разделилась на множество подпунктов, на огромную структуру воздействия на наше сознание. Можно сказать, что само общество имеет способность формировать рекреацию. Простыми словами – то, что мы больше всего хотим и пытается дать нам СМИ также все в большем объеме.

Скандалное или яркое обсуждение какой-то проблемы, чьей-то личной жизни и в принципе привлекающих внимание ситуаций, все чаще вызывает большой интерес у общественных масс.

Популярными стали телепередачи развлекательного характера. Поначалу

³ Корконосенко, С. Г. Основы журналистской деятельности : учебник для бакалавров / С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014.- 301-305с.

передачи «Моя семья» (ОРТ, затем РТР (1996–2003 гг.) или «Про это» (НТВ) воспринимали, скорее, как курьез или как символ свободы слова. Но появление новых и еще более откровенных ток-шоу о частной жизни – «Большая стирка» (Первый), «Окна» (СТС, затем ТНТ), «Пусть говорят» (Первый) – сделало будничным и привычным разговор об интимных сторонах жизни не только публичных персон, но и обывателей. По мере угасания моды на ток-шоу тему смакования подноготной подхватили документальные передачи «Программа максимум», «Очная ставка», «Русские сенсации», «Ты не поверишь!», «И снова здравствуйте!» (НТВ) и другие.

Первое реалити-шоу «За стеклом» – 2001г. (ТВ-6, затем ТВС и ТНТ) вызвало ажиотаж, волну обсуждений, протесты со стороны религиозных организаций и породило массу последователей на разных телеканалах.

Установлено статистическими данными, что медиапродукты бульварно-таблоидного типа, то есть то, что включает в себя развлечение для зрителя или слушателя, имеет большой успех и прорывается в лидеры среди ТВ, периодики и радио. О нем и пойдет разговор далее.

1.2 Направленность радиостанций и форматы их программ

На сегодняшний день передача информации по радио очень распространена и также важна.

Благодаря такому способу передачи информации как, радио мы можем очень быстро узнать о мировых и федерального значения событиях. Радио доступно и лаконично информирует людей о полезных экономических, социальных, сведениях. Кроме того, данный вид СМИ выполняет свою просветительскую и воспитательную функцию и вербально позволяет узнать реальность. Через радио, так же как и по ТВ, обыватель может услышать про политику, послушать музыку или расслабиться, слушая какую-либо развлекательную передачу. Как правило, эфирное время радиостанций

занимают репортажи (как прямые, так и записанные), интервью (или комментарии), корреспонденция⁴.

Одним из факторов сохранения радио (после активного внедрения в нашу жизнь интернета) стало то, что автомобилисты его активно слушают. После сводок новостей и погоды, как правило, интересно расслабиться, включить музыку. Отчасти, поэтому большая часть радиоэфира составлена из песен самых разных жанров и стилей. Но радио бы все равно не выжило, не будь оно развиваться. На современном этапе Российские радиостанции увлекают слушателей разными форматами в контенте.

Мы все хотим быть в курсе событий, мы можем создавать их, получать, передавать. Таким образом, субъект информации – это средство коммуникации (телевидение, радио, периодическая печать, информационное агентство). Объект информации – индивид, социальная группа, общество в целом. В этой цепочке всегда субъект воздействует на объект. Делает он это преподнесенными готовыми актуальными и обработанными фактами.

Что касается непосредственных возможностей радио, то здесь вот такая ситуация: слушатель может являться объектом (на который направлено информационное сообщение) и субъектом (то есть тем, кто воспринимает и дает реакцию на полученные данные).

Самое главное – на радио происходит общение. Общение – глубокий двусторонний процесс взаимно откровенного, искреннего обмена информацией, внимательное диалогическое (двое говорящих) и полилогическое (более двух говорящих) собеседование, заинтересованный разговор равноправных субъектов информационного взаимодействия, дает определение данным терминам Ю.В. Ключев, автор учебного пособия по журналистике. В свою очередь он ссылается на В.В. Смирнова, который говорит: «Радиокоммуникация отражает действительность в звуке. Это канал передачи звуковых сигналов с помощью электронной техники. Радиокоммуникация

⁴ Лебедева, Т.А., Радиошоу вчера и сегодня // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2012г. Вып. № 3-4, С. 15-20.

связана со временем, поэтому она необратима, одномоментна, линейна в своем движении. У слушателя нет возможности остановить ее»⁵.

Что же такое диалог на радио? Да это же совершенно равноправный разговор сторон, которые осуществляют общение. А вот особенностью радио, в отличие от других каналов массовой коммуникации в том, что оно может намного ярче передать психологию, а также настроение тех, кто в данный момент находится в студии и вещает в народ. К тому же плюсом будет являться и тот момент, что человек, находящийся в студии может не задумываться о том, как он выглядит (на ТВ, например, это не пройдет), нужно только лишь следить за своей речью, четко и лаконично проговаривать текст. Вот тут действительно важный момент, потому что составление текста для радиоэфира это отдельный разговор. Мало того, что нужно передать содержание главной мысли и идеи новости или репортажа, нужно быть понятным слушателю.

Радио невольно обязывает ведущего показать при общении интеллектуальные и профессиональные способности, показать навыки красноречия, ораторского искусства.

Радиожурналистика – это аудиальный формат журналистики. В основном контент заполняется радиопередачами или их совокупностью, которые характеризуются особым психологическим, эмоциональным воздействием на аудиторию. Воспринимаем мы данный формат СМИ через слушание.

Корни аудиальной культуры были заложены в древней Греции, в Афинах, где все проблемы обсуждались на собраниях граждан, а главным было ораторское искусство. Так, отмечает Я. Н. Засурский, появилась афинская «школа уха». Много тысячелетий она существовала наравне с римской «школой глаза», которая была своеобразным визуальным направлением в культуре производства и получения информации (в Риме, в отличие от Афин, новости помещались и вывешивались на деревянных табличках – прообразах современных газет).

⁵ Клюев, Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии : учеб. пособие / Ю. В. Клюев. СПб. : Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций» СПбГУ, 2015. – 13-21с.

Радио можно назвать не только средством массовой информации, но и особым видом искусства. А все для того, чтобы удержаться на плаву в медийном пространстве. Приходится реализовывать новые формы вещания, преобразовывать уже сформированные жанры журналистики. Это, кстати говоря, дает радио возможность каждый день быть актуальным, заинтересовывать массы людей. Кроме того, для современного темпа жизни, когда нет времени воспринимать картинку, на помощь приходит радио с его универсальной спецификой, еще оно работает на опережение, что тоже играет на руку. Стоит отметить, что когда мы слышим речь или звук, у нас активно задействовано воображение, радио этим пользуется и автоматически воздействует на нас еще и эмоционально. С вербальной передачей информации связано и то, что радио пользуется своим влиянием и может убеждать нас, влиять на нас и формировать мировосприятие, то есть это полноценные медиа. Это связано с тем, что воспринимая звук, мы многое додумываем и представляем, об этом говорилось выше.

Так же как и телеканалы, радиостанции подстраиваются под слои населения, формируют свою аудиторию. Почти для каждого сегмента населения существует определенная радиостанция. Естественно, изучив аудиторию, радиодикторы имеют представление о том, в какой информации нуждается определенная общественная группа. Если формат радиостанции предполагает узкоспециализированную (целевую) аудиторию, то радиовещание должным образом адаптируется к привлечению внимания максимального количества слушателей. Каждая радиостанция передает сообщения в таком стиле и в такой манере, чтобы они были понятны ее среднему, «среднестатистическому» слушателю с целью его удержания у радиоприемника в качестве постоянного слушателя как можно дольше⁶.

Радио доступно сейчас намного больше в связи с техническим прогрессом. У нас есть возможность выбирать из множества FM волн то, что

⁶ Лебедева, Т.А., Радиошоу вчера и сегодня // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2012г. Вып. № 3-4, С. 15-20.

нам нравится. Мы можем приобщаться к радиоэфиру где угодно: дома, включив приемник, или включив телефон, в машине, на работе, на производстве.

Радиовещанию нет равных в срочности передаваемых сообщений. Правда, Интернет в этом отношении «наступает на пятки» радио. Но оперативность глобальной сети имеет существенные препятствия.

Начнем с того, что чаще всего Интернет это не место достоверной и полностью проверенной и обработанной информации. Чаще всего вышедшая с просторов сети информация вскоре становится опровергнутой. Кроме того, чтобы познакомиться с новостью или статьей, приходится внимательно вчитываться и уделять полностью свое время информации, в то время, как на радио эта же информация для пользователя уже обработана в понятный текст, обчитана и проговорена вам прямым из радиоэфира. Можно прослушать сообщение фоном и не отвлекаться от своих дел.

Программы на радио в эфир должны выходить регулярно. Для этого существует так называемая сетка вещания с указанием конкретного времени выхода каждой передачи. В связи с тем, что эфиры формируются в расчете на конкретную аудиторию, слушатель каждой FM волны примерно знает, что услышит. Постоянный слушатель образуется тогда, когда у него «выработана» привычка от постоянных передач.

Стоит отметить, что радио, в силу своего по большей части «фонового» звучания, работает практически 24 часа в сутки. Это помогает удерживать аудиторию и быть всегда в поле зрения слушателей в любое время.

Радио привлекает тем, что создает общение, которое преподносится живым, активным языком. Как уже говорилось выше, то, что мы слышим без картинки, дополняется нашим воображением, тем самым позволяет FM волне давать слушателю свободу видения ситуации.

При составлении материала к эфиру берется во внимание сегмент аудитории канала передачи информации. В. А. Бачинин говорит про восприятие: «способность психики к рефлекторному реагированию на внешние 13

раздражители к побуждению индивида к соответствующим духовно-практическим действиям адаптивного или контрадаптивного характера. Базовым, физиологическим каналом восприятия является сенсорная система человека от рецепторов до коры головного мозга».

Журналист, работающий в радиосфере, как и в любой другой медиасфере, должен постоянно контактировать с социумом. Важной работой радиотекста является то, что с помощью слова из невидимой студии оно проникает к каждому, хоть и посылается всем. Проще говоря, здесь происходит так называемое явление «от общего к частному». Нужно, чтобы слова, звучащие из радиоприемников были правильно трактованы и восприняты. Кроме того, нужно правильно создать образ, чтобы картина, описанная в тексте, воспринималась просто и понятно.

Язык, стиль, речевая культура, умение изложить свою мысль и раскрыть позицию другого, способность точно и ярко рассказать о событии, передать факт, оценить и объяснить его – важные составляющие профессионализма. Именно слова, формулировки и предложения в целом очень важны при этой вербальной коммуникации. Если у журналиста нет этих умений, то он не сможет не только воплотить задуманные образы и окружающую действительность, но и построить грамотное общение с собеседниками, да и аудиторией. Это радио не будет иметь успеха как минимум, ведь потеряются важные составляющие в работе: лаконичность, грамотно построенный разговор со слушателями. Согласно правилам профессионального ведения разговора в эфире, нужно иметь четкий проработанный план, законспектированный или записанный текст или суть сюжета, кроме того, нужно или рекомендовано иметь специально поставленный голос и вещать уважительным к аудитории тоном, при этом соблюдая естественность речи и интонации.

Говоря о прямом эфире, несмотря на весь страх и неподготовленность (и такое случается) нельзя терять самообладание, недопустимы нотки раздражения и грубого поведения. Ведь голос, сидящий в студии – не просто голос, это человек, лицо, по которому слушатели будут решать или невольно 14

задумываться о том, стоит ли это радио внимания. Диалог и культура общения в эфире способствуют активному взаимодействию радиожурналиста и слушателя, формированию доверия между радиостанцией и аудиторией.

Опытные радиийщики и люди, которые сталкивались с данной сферой, знают, что успешная работа на FM волне складывается из таланта самого человека и, конечно, навыка, полученного опытным путем.

В любом тексте, который потом будет работать в массах, должно проглядываться авторское начало. Выражается это в том, каким образом отбираются факты, какие задаются вопросы, в целом, какой подход преследует корреспондент для своего материала. Также каждый человек обрабатывает и выдаёт конечную информацию по-своему.

Обращение внимания на текст, созданный для радиоэфира, требует особого подхода не просто так. Все потому, что воспринимая информацию, слушающий человек осмысленно или нет, перенимает все то, что услышал из канала, а тем более из канала СМИ. Создавая текст, автор тщательно продумывает его структуру, размер предложений, лексические средства. При всем этом должен создаваться непринужденный и живой в подаче материал, чтобы было легко воспринимать его на слух.

Все, что воспроизводится в эфире, будь то музыка, джинглы, диалоги, является микротекстом эфира или программы ⁷.

Современные радиостанции непрерывно ведут борьбу за свою аудиторию, стремясь занять собственную нишу и быть конкурентоспособными в достаточно жестких условиях рынка. Вследствие этого возникает необходимость в тщательном медиапланировании, детальной проработке контента и структуры радиопрограммы. В связи с этим для радио становится весьма актуальным термин «формат», который «именно в сфере радиовещания является предметным, конкретным и определяющим формально-содержательные аспекты практической деятельности конкретной редакции,

⁷ Евдокимов, В.А., Инфотеймонт в масс-медиа: панацея от скуки и эрзац дискуссии // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – Журнал/ 2015г. Вып № 5. С. 215-216.

конкретного медиа, конкретного журналиста».

Основными критериями, определяющими формат, являются стилистика звучащей в эфире музыки и имидж радиостанции, зависящий от многих факторов, в первую очередь таких, как музыкальное оформление эфира, т. е. джинглы, музыкальные заставки и шумы, манера работы ди-джейев или ведущих музыкальных программ, форма подачи музыкального материала, его компоновка и микширование⁸.

Что касается классификации форматов радиостанций, то весьма популярной считается американская теория форматов, которая учитывает преимущественно такие показатели, как возраст, гендер, социальный статус целевой аудитории, музыкальное оформление эфира, работа ведущего. В общем виде можно выделить следующие типы вещания радиостанций:

- Информационный – музыки в эфире практически не бывает: обычно это «закольцованные» выпуски новостей с постоянным обновлением информации и рекламными вставками, реже к выпускам новостей добавляются короткие ток-шоу;
- Информационно-музыкальный – предполагает следующее соотношение музыки и информации: 60 – 70 % информации, 30 – 40 % музыки; (большинство государственных и некоммерческих частных радиостанций характеризуются именно как информационно-музыкальные);
- Музыкально-информационный – имеет противоположное соотношение информации и музыки: 30–40% информации и 60 – 70% музыки;
- Музыкальный – количество информации на радиостанциях такого типа, включая короткие рубрики и выпуски новостей, не превышает 10 – 20 % эфирного времени.

Музыкально-информационные и музыкальные радиостанции, в свою очередь, могут быть конкретизированы в зависимости от транслируемой музыки (современная танцевальная музыка, ретрохиты, отечественный рок и т.

⁸Егошкина, В.А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм // Коммуникативные исследования. – 2017г. Вып. № 2 (12). С. 61–68.

д.) и целевой аудитории (учитывается возраст, гендер, профессия, социальный статус и проч.).

Информационные и информационно-музыкальные радиостанции с точки зрения характера информации, ее анализа, подачи, базового жанра могут быть разделены на аналитические, публицистические и т. д.

Отдельно исследователи выделяют разговорный формат, в последнее время набирающий все большую популярность среди отечественных радиостанций. Радиостанции данного формата, в свою очередь, могут подразделяться на станции широкого профиля, информационные станции широкого профиля, деловые, культурно-просветительские, спортивные, детские, развлекательные, юмористические и проч.

Как говорилось выше, форматов в чистом виде не существует, в настоящее время наблюдается смешение разных элементов. Очевидно, что форматы радиостанций могут быть схожи, тем не менее, каждая радиостанция стремится быть узнаваемой, запоминающейся и оригинальной. Для этого детально прорабатывается структура каждой отдельной программы, определяется ее целевая аудитория, задачи, тематика, жанровое своеобразие и т. д. Поэтому термин «формат» считаем уместным применять не только к радиостанции, но и к отдельно взятой радиопрограмме.

Форматообразующие признаки, позволяющие наиболее детально выявить специфику той или иной программы:

- Название радиопрограммы. Оно является ее важнейшим отличительным признаком. Наименование передачи – это именно то, что слушатель запомнит в первую очередь. Именно поэтому при разработке названия передачи делается ставка на языковую игру, ассоциативность, доступность для понимания, уместность и приятное звучание. Зачастую в названии используются многозначные слова, приобретающие в данном контексте совершенно новый оттенок значения.

- Новостные сообщения. Характер подачи новостных сообщений во многом определяет формат радиостанции, а во многом и сам изначально задан

установленным форматом. Так, на информационных радиостанциях новости будут иметь официальный характер, в сообщениях будет представлена информация о политических, экономических, социальных событиях страны и мира. На радиостанциях развлекательного формата крайне редко можно услышать официальные сообщения, чаще всего информация новостных блоков представлена в виде инфотейнмента.

- Музыкальное оформление. Несомненно, одним из главных факторов выбора той или иной радиостанции является ее музыкальное наполнение.

Существуют радиостанции, в которых разные музыкальные стили и жанры могут смешиваться, например радиостанции, эфир которых наполнен танцевальной музыкой разных стилей. Также есть радиостанции, и их не меньше, которые отдают предпочтение одному выбранному музыкальному направлению, и другой музыки в их ротации услышать невозможно.

- Структура радиопрограммы. Эфирное время радиопередачи четко разделено: каждой рубрике, интерактивной игре, прочтению сообщений от слушателей, включению новостных и музыкальных блоков, передаче прогноза погоды и подобному отведено конкретное время в структуре эфирного часа.

Рубрикатор передачи формируется с учетом интереса целевой аудитории, времени выхода радиопрограммы в эфир⁹.

- Базовый жанр радиопрограммы. Жанр определяет степень свободы поведения ведущего в эфире. Существуют жанры, в которых какие-либо вольности недопустимы, а для другой группы жанров это может являться нормой. Иными словами, если мы говорим о серьезной аналитической передаче, гостем которой является, например, политик, то, скорее всего, передача будет строиться в жанре информативной беседы, с четким разделением ролей и соблюдением норм этикета. Если же мы берем во внимание передачу развлекательного характера, к примеру, утреннее шоу, то базовым жанром будет выступать фактическая, малоинформативная беседа, а

⁹ Березняков, Д.В., Профессионализация в сфере «новых медиа»: несколько замечаний к дискуссии // Вестник новосибирского государственного университета. Серия: история, филология. – 2013г, Вып № 6, С 1-5.

коммуникация будет носить характер дружеского общения, где получение какой-либо информации не является основной целью.

- Тематическая структура программы. Круг актуализированных в радиопрограмме тем позволяет сделать выводы о характере коммуникации в эфире, определить ее принадлежность к тому или иному типу вещания: культурно-просветительскому, развлекательному, информационному и т. д.

Немаловажным фактором также является степень раскрытия темы, основательность анализа затрагиваемых вопросов. Так, для программ информационно-аналитического формата характерны подробное раскрытие темы, довольно узкий круг обсуждаемых вопросов, детальная проработка проблемы. А в передачах развлекательного формата отсутствует тематическая иерархичность, переход от одной темы к другой осуществляется спонтанно. Кроме того, для программ такого формата характерен широкий круг затрагиваемых вопросов, зачастую не имеющих связи между собой.

- Вербальное оформление программы. Формат программы определяет тон коммуникации, установки ведущих, их речевое поведение. Так, в программах информационного формата зачастую коммуникация между ведущими выдержана в рамках институционального общения, в ней соблюдаются нормы этикета, преобладает ровный, спокойный, нейтральный тон общения. Иначе можно описать процесс общения между ведущими и слушателями в программах развлекательного формата: речь прерывиста, имеет достаточно быстрый темп, частотна установка на «ты – общение», тон коммуникации взволнованный, нередко встречаются сленговые слова, жаргонизмы.

- Работа ведущего. Это многоаспектный критерий, включающий манеру поведения ведущего, его психологические, интеллектуальные, голосовые, тембральные характеристики. Каждый ведущий в структуре эфирного часа имеет свои цели, задачи, установки, от реализации которых зависит, будет ли иметь успех у аудитории та или иная программа.

- Количество ведущих. Также определяет характер коммуникации в эфире, влияет на выбор темы беседы, ее развитие и изменение. В настоящее время в радиопрограммах обычно представлены либо дуэт, либо трио ведущих.

- Наличие / отсутствие гостя в студии. Присутствие эксперта в студии определяет круг затрагиваемых в программе тем, тональность беседы, цели, задачи ведущего. Обычно гость является известной личностью, экспертом в той или иной области. Ведущий делает особое ударение на авторитет гостя, играет на повышение его статуса.

Таким образом, термин «формат» является широким понятием, включает множество аспектов и факторов. Параметры, определяющие формат на радио, с одной стороны, уникальны и могут применяться только в радиодискурсе. С другой – имеют схожие черты с форматобразующими признаками иных медиапродуктов. Понятие «формат» возможно применять не только при характеристике радиостанции, но и при описании отдельной радиопрограммы. Также можно отметить, что формат диктует условия функционирования радиостанций и задает конкретные параметры каждой отдельной программы¹⁰.

1.3 Программы в формате ток-шоу и их организация

Для начала стоит рассмотреть ток-шоу – жанр развлекательной программы независимо от какого-либо контекста. Сделать это нужно для того, чтобы разобраться с самим понятием.

Итак, термин «ток-шоу» (от англ. talk – разговор, беседа; show – зрелище, спектакль) означает «разговорное представление», «разговорное зрелище». Считается, что родился этот жанр в 60-х годах, во времена известного тележурналиста Фила Донахью, он был ведущим передачи «Шоу Фила Донахью» на телевидении в Америке. В свою очередь Россия может назвать 1992 год периодом появления первого ток-шоу. В 90-х годах Влад Листьев вел

¹⁰Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования [Электронный ресурс]: // Научно-культурологический журнал: электронный журнал. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=1114&level1=main&level2=articles> (дата обращения 30.03.2018).

программу «Тема» на телевидении. Именно с того времени в России начали появляться всевозможные ток-шоу.

Подобный формат программы пользовался большой популярностью, произошло это из-за резкой смены стиля общения, которая выражалась в том, что запрещенной тематики проблем и личности не было. Кроме того, участниками программы могли стать и сами зрители студии.

Исследователь Г. Кузнецов считает ток-шоу ярким и динамичным спектаклем, к первым признакам жанра относит разговорную лёгкость, харизму ведущего ну и, конечно, наличие аудитории. Существует мнение, что данные характеристики это определяющие развлекательного ток-шоу. На самом деле, отличительная черта жанра ток-шоу является наложение форматов других дискурсивных форм.

Для детального изучения возьмем термин «talk-show» и рассмотрим его в исполнении. Получится, что под описание этого термина подойдет любая передача, где коммуникацию ведут минимум двое. Изобретательные телевизионщики, да и не только на ТВ, стараются сделать так, чтобы шоу было интересное, уникальное и неповторимое. Для этого придумываются новые форматы и видоизменяются уже существующие программы. Это развивает жанр ток-шоу и дает ему многослойность, многоформатность. Обращая внимание на компоненты ток-шоу, нужно отметить хэдлайнера программы, последовательность событий, цель, тематику, разновидность и построение жанра.

Ведущий программы может выполнять роль интервьюера и модератора. Таким образом, ведущий не только участвует в процессе ведения программы, но и плавно направляет разговор и тему в студии в нужное русло. Кроме того, он комментирует и принимает живое участие в процессе ток-шоу, следя за распределением времени.

Кроме ведущего, в студии присутствуют зрители (например на ТВ). Они разделяются на массовую аудиторию, зрителей в студии, гостей и экспертов.

Еще одной особенностью ток-шоу являются пространственно-динамические способы общения ведущего с аудиторией. План передачи в формате ток-шоу определяется в соответствии с визуальными составляющими, к примеру, картинка или зачитанный текст, драматичность, тематика программы должна проходить сквозь весь сюжет от начала до конца, кроме того, выражаться в разных вариациях: игры, визуальные или вербальные воплощения. Тема должна быть актуальной.

Если разбирать термин ток-шоу в самом простом ключе, то мы увидим, что это просто передача, куда приглашены несколько (или больше) человек, они обсуждают определенную тему, которую в начале определил ведущий. К примеру, на ТВ в студию еще приходят гости, просто наблюдающие за действием. Если у нас присутствуют приглашенные зрители, то и для них определяется роль: им нужно поддерживать атмосферу шоу, спрашивать, комментировать, высказывать свою точку зрения ¹¹.

В классическом понимании ток-шоу это треугольник действующих лиц: ведущий, специалист темы и зритель/слушатель. Каждому из них определена роль – это происходит в данном жанре всегда. Схема построения ток-шоу очень проста – действующие лица, которые развивают тему и вытекающие вопросы с ответами по заданной тематике. Чтобы сделать шоу максимально простым, интересным, легким и завлекающим, очень важна подача. Например, некоторые создатели программы оперируют юмором, кто-то строит свое ток-шоу на важных и интересных фактах, кто-то путем коммуникации со зрителями и слушателями. А.С. Вартанов отмечает, что задача жанра ток-шоу – активизировать восприятие содержания, заключённого в передаче с помощью формы диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения.

Вот что говорит сайт «Википедия» про данный жанр: «Необходимо отметить, что в некоторых случаях термином «ток-шоу» обозначают любую «разговорную» передачу, «например, беседу за круглым столом или же простое

¹¹Уланова, Е.Э. Ток-шоу: характеристики, компоненты, особенности talk show: characteristics, components, special aspects //междисциплинарные аспекты лингвистических исследований. – 2016 г. Вып. № 1 (5). С. 1-7.

интервью в студии, если его берёт достаточно популярный, свободно ведущий себя журналист – «звезда» экрана или радиоэфира».

Как уже было сказано, важным образом в этой среде является образ коммуникатора, ведущего. Взаимодействие со зрителями коммуникатор строит исходя из запросов аудитории. Характеристики образа коммуникатора можно выделить в несколько категорий: социально-профессиональные, визуальные, личностные и др. Статус «обывателя» позволяет ведущему иметь мнение и делать заявления по всем обсуждаемым в программе вопросам. Данная тактика визуально делает его ближе к его аудитории¹².

Рассматривается радишоу, как новый разговорный жанр электронных СМИ и новый объект коммуникативно-прагматических исследований. Специфика коммуникативной организации ток-шоу на радио выявляется через сопоставление с телевизионным ток-шоу. Различия между ними связаны с характером разных видов медиа коммуникации: с особенностями восприятия программы адресатом, со сценарием, с характером взаимодействия участников ситуации. Отмечается, что изучаемый жанр активно развивается на радиостанциях разного формата.

Происхождение радишоу объясняет его сходство с телевизионным ток-шоу по основным коммуникативно-прагматическим признакам. Во-первых, это разговорный жанр, следовательно, основу его составляет диалог и наличие как минимум двух участников речевой ситуации, находящихся в студии.

Отличаются передачи в жанре ток-шоу на радио и ТВ спецификой коммуникации, то есть еще и воплощением. Как известно, большинство ТВ шоу выходят в эфир записанными ранее, в то время, как радио шоу мы слушаем онлайн. Кроме того, есть отличие в сценарии, количестве участников.

Радишоу часто строится на диалоге ведущего и гостя студии. Как мы уже знаем, классический жанр ток-шоу предполагает треугольник: ведущий – приглашенные собеседники – зрители/слушатели. В связи с этим ключевым

¹²Бахир, П.А. Образ коммуникатора в российских ток шоу и его воздействие на аудиторию // журналистика России в условиях перехода к информационному обществу. – сборник научных статей / отв. ред. Ел. В. Мартыненко. – Москва : РУДН, 2016 г. С. 63-68.

действием телевизионного шоу становится многократная адресация: к участникам диалога «на сцене», к зрителям, а также условное взаимодействие со слушателями, или «парасоциальное взаимодействие».

На радио тактика интимизации, основу которой составляет ставка на открытость и доверительность, готовность к диалогу, реализуется в непринужденном общении в прямом эфире с гостями студии и в интерактивном общении со слушателями. Особенностью передач в жанре радиошоу является включение в эфир дозвонившегося радиослушателя, зачитывание электронных посланий, СМС-сообщений. Специфика протекания речевой коммуникации в ток-шоу определяется, прежде всего, участниками, которые эту речь продуцируют, а точнее, теми характеристиками, которыми обладают конкретные участники программы.

Стратегия многих программ в жанре радиошоу связана со стремлением представить собеседника не только как специалиста в той или иной области, но как личность неординарную, как человека со своими интересами, увлечениями. Ведущий не ограничивается вопросами, связанными с профессиональной деятельностью участников, в диалоге гость предстаёт как личность разносторонняя, порой неожиданная. Особенностью ток-шоу на радио является коммуникативно-прагматическая установка на позитив, в отличие от очень распространённых телевизионных ток-шоу, основу значительной части которых составляет конфликт. Формат радиостанции определяет «наполнение» ток-шоу. На музыкально-развлекательных радиостанциях, в эфире которых преобладает трансляция поп-музыки, ток-шоу отчетливо делятся по времени транслирования на утренние и вечерние.

Задача таких ток-шоу – развлечь слушателей. Например, ток-шоу на музыкальных радиостанциях представляют собой «сплав» разнородных, порой, кажется, несовместимых жанров, когда чередуются беседа с психологом, игры со слушателями, компрометирующие новости из мира политики или шоу-бизнеса.

В эфире радиостанций информационного формата преобладают ток-шоу, ориентированные на специализированную аудиторию: например, на интернет-пользователей

Широта тематики радиопрограмм обеспечивает адресату возможность выбора. Тематика передач в жанре ток-шоу широка и разнообразна. Особая роль принадлежит слушателям, которые «имеют возможность разворачивать программу», т. е. задавать новый вектор обсуждения темы и координировать развитие программы в целом. Любая радиопрограмма нацелена на завоевание высокого рейтинга: поведение ведущих диктуется необходимостью постоянного поддержания интереса слушателей к теме беседы и к участнику программы. Передачи в жанре радиошоу отличаются таким характером общения, при котором ведущими создается комфортная коммуникативная ситуация. Раскрытие личности приглашенного в студию героя достигается путем выстраивания гармоничного речевого взаимодействия, основанного на взаимном уважении всех участников общения. Анализ коммуникативной организации программ позволяет увидеть типичную коммуникативную ситуацию, когда в границах одного выпуска передачи взаимодействуют разные типы коммуникантов¹³.

Радиошоу транслируется в прямом эфире, что обуславливает спонтанность коммуникации и непредсказуемое поведение гостей и слушателей. Особенностью программы является установка на равноправие, соблюдение речевого этикета «Переменными» коммуникантами – второй тип коммуникантов – могут быть гости программы, представители различных творческих профессий: режиссеры, актёры, журналисты, музыканты, художественные руководители театров и др. Беседа с приглашёнными гостями составляет содержание передачи. Гость программы является центром коммуникативной ситуации: вся передача, какие бы вопросы в ней ни обсуждались, направлена на раскрытие его личности. Третий тип

¹³Терехов, А.Н., Рысин, Ю.С., Некоторые пороги восприятия запаздывающих акустических сигналов (эхо – сигналов) // Тсomm: телекоммуникации и транспорт. – 2015г. Том 9 № 4, С. 52.

коммуникантов в рассматриваемом типе передач представляют радиослушатели. Любой тип массовой коммуникации создается ради адресата и обязан носить характер взаимодействия с ним. Этот тип коммуниканта является неактивным, если критерием активности считать говорение. Но коммуникативная ситуация ведущими строится с ориентацией на целевую аудиторию, которая воспринимает и определённым образом реагирует на происходящее в эфире. Сценарно-дискурсивную основу ток-шоу на радио составляют речевые жанры вопроса и ответа. Форма, содержание и последовательность вопросов определяют развитие диалога. В оценке эффективности передачи в жанре ток-шоу важнейшую роль играет содержательная подготовленность ведущего к встрече с гостем в студии. Это предупреждает непредсказуемость вопросов и даёт возможность максимально полно представить личность гостя. Отмеченные особенности ток-шоу на радио позволяют говорить о его коммуникативной специфике ¹⁴.

Новый разговорный жанр на радио – ток-шоу сформировался в условиях глобализации, под влиянием западных моделей коммуникации. В научной литературе встречается мнение о том, что условиями для появления радишоу стала реализация обратной связи со слушателями, которая имела место в советском радиовещании. Сегодня ток-шоу – один из самых популярных жанров на радио. Термин «шоу», учитывая его прямое и переносное значения, в отношении к радио, одной из ядерных характеристик которого является невизуальность, используется весьма своеобразно. Жанровый детерминант ток-шоу применяется к любой «разговорной» передаче на радио, часто к интервью в студии, которое ведёт популярный радиожурналист.

Ток-шоу, пришедшие как «кальки» западных телепрограмм, стали копировать не только их основные признаки: лёгкость разговора, артистизм ведущего, ориентацию на аудиторию, но и развлекательность, которая в новых экономических условиях рассматривается как элемент коммерческого успеха.

¹⁴ Нестерова, Н.Г. Фащанова С.В., Специфика коммуникативной организации ток-шоу на радио // коммуникативные исследования. – 2014 г. Вып. № 2. С. 1-7.

Для интерактивных передач актуально живое общение со слушателями, в ходе которого реализуется коммуникативная цель – пробудить интерес к программе, добиться активности аудитории. Так, начало передачи, связанное с представлением гостя, носит характер вовлечения в передачу радиослушателей. С этой целью ведущим успешно применена тактика опоры на личный опыт: «...Знакомство с этим человеком началось, когда я первое, что увидел, это, по моему, был мультфильм «Брэк».

Популярность культурно-просветительских ток-шоу (например, на радио «Маяк») говорит о том, что шоу развлекая, просвещает и интеллектуально наполняет слушателей. Такие передачи занимают особое место.

Сценарно-дискурсивную основу ток-шоу на радио составляют речевые жанры вопроса и ответа. Форма, содержание и последовательность вопросов определяют развитие диалога. В оценке эффективности передачи в жанре ток-шоу важнейшую роль играет содержательная подготовленность ведущего к встрече с гостем в студии. Это предупреждает непредсказуемость вопросов и даёт возможность максимально полно представить личность гостя¹⁵.

Чтобы провести ток-шоу к успеху, нужно поработать над образом ведущего, ведь он связующее звено между гостями в эфире и аудиторией. Ведущие бывают информаторами, собеседниками и наставниками.

Например, ведущий – собеседник будет с аудиторией на равных, а в роли наставника он будет мировоззренчески направлять своих слушателей. Это так же влияет на разговор ведущего с гостями, с соведущим. От типа ведущего зависит и формат самого ток-шоу. Для ведущего-наставника не существует запретных тем, именно это и привлекает аудиторию. Для ведущего-информатора основной задачей является информирование аудитории, донесение до нее достоверной и качественной информации, которая будет интересна аудитории. Однако, любой ведущий должен выявлять главную мысль в речи гостей. Для этого нужно обладать компетентностью: нужно хотя

¹⁵Нестерова, Н.Г., Ток-шоу на радио как новая дискурсивная практика // мир науки, культуры, образования. – 2015 г. Вып. № 4(53). С. 1-5.

бы в основном знать тему и отдавать себе отчет в том, почему она вынесена на обсуждение и к чему следует прийти. Кроме того, поддерживайте взаимодействие с собеседником. Также не помешает четкость и краткость в заданных вопросах. Важна уверенность ведущего, его умение идти напрямую, то есть задавать вопросы «поострее», использовать юмор, иронию, образы, аналогии. Ну и конечно, готовность к неожиданным ситуациям и готовность быстро реагировать на них.

Ведущему стоит подготовить заранее хотя бы примерный список вопросов, которые планируются прозвучать в эфире, определенного количества вопросов нет и быть не может. По ходу дела и озвучивания вопросов, можно ориентироваться на темп речи отвечающего гостя, и задавать ему помимо закрытых вопросов развернутые. В начале беседы это должны быть направляющие вопросы, задающие темп разговора, далее нужно задавать вопросы уточняющие.

Кроме ведущего успех шоу определяет тема разговора, Их можно разделить на событийные и тематические¹⁶.

Первая группа тем поддерживается общественным интересом к какому – либо событию, которое прошло или в скором времени состоится. Тематическая группа связана с проблемами, которые волнуют общество на протяжении длительного времени. Тема передачи должна быть четко сформулирована. Это исключит недопонимание между ведущим, гостями и слушателями, которые тоже могут быть участниками беседы. Выбрав тему эфира, ведущий должен подготовиться к ней, почитать литературу, различные статьи, может какую-либо статистику, чаще всего это бывает полезно и уместно. После темы и списка вопросов стоит подумать над тем, кого приглашать в качестве гостя.

Гостями в эфире, как правило, становятся эксперты какой-либо области либо известные личности. Задача гостя хорошо ориентироваться в обсуждаемой проблеме. Они должны быть положительно настроены на эфир, ведущего и

¹⁶ Нестерова, Н.Г. Фащанова С.В., Специфика коммуникативной организации ток-шоу на радио // коммуникативные исследования. – 2014 г. Вып. № 2. С. 1-7.

гостей, при этом уметь аргументировать и доказывать свою точку зрения. Чаще всего, профессиональная деятельность гостя тесно связана с выбранной темой эфира.

Таким образом, слагаемые успешного и радиошоу – это ведущий, тема эфира и приглашенный гость, этим мы и будем пользоваться при создании контента шоу¹⁷.

¹⁷Лебедева, Т.А., радиошоу вчера и сегодня // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2012г. Вып. № 3-4 (106-107), С. 15-20.

Глава 2 СОЗДАНИЕ РАДИОШОУ НА СТАНЦИИ «ЛЕММА»

2.1 Радиостанция «Лемма», ее контент и аудитория. План ток-шоу

Радио «Лемма» – это информационно-музыкальная радиостанция, вещающая в Приморском крае. Транслируется на территории всего края. Истоки своей многолетней работы она начала в 1996 году. В данный момент имеет слоган – «**Частота общения**».

Что касается музыкального содержания, тут история очень насыщенная. С самого основания и по 2007 год в эфир ставили только русскую музыку, причем последних трёх десятилетий. До 2002 года звучало преимущественно советское ретро. Первое время к названию ещё добавляли «Русская волна» или «Русское радио».

С 2002 года «Лемма» становится разговорно-развлекательным радио не оппозиционного содержания. Была пересмотрена политика музыкального вещания: формат сместился в сторону популярных в то время русских песен.

В 2008 году в сетку эфира добавили зарубежные хиты 1980-ых, реже 1990-ых. С мая 2011 года в эфире звучат популярная русская и зарубежная музыка 2000-х и современности (европоп и просто попса), а также золотые хиты 70-х, 80-х и 90-х (иногда). С 2015 года периодически можно услышать и диско 70-х - 80-х. В итоге получается микс из разных по жанру композиций, как на среднестатистической региональной радиостанции.

Программ сменилось на радиостанции достаточно много, они всегда включали в себя большое количество рубрик, музыки, интерактивов и, конечно, тем для диалогов ведущих.

- **Новости** – выходят каждые полчаса с 7 до 20.
- Утреннее шоу «**Первая пара**» с Алёной Шестаковой и Павлом Унучеком – по будням с 7 до 11 утра. До 2015 года называлось «Побудительный мотив» уже с другими ведущими, ещё раньше – «От рассвета до работы».

- Дневное шоу **«Три кита»** – будничное информационно-развлекательное шоу с Оксаной Якуш, Максимом Дудниковым и Денисом Тимбалом. В эфире звучат обсуждения, комментарии и полезные советы от людей самых разных профессий и должностей. Выходит с понедельника по пятницу с 11 до 15 часов. Кстати, дневные шоу на радио являются явлением далеко не частым, подобное сейчас можно услышать разве что на «Нашем радио» («Тариф Дневной», например).

- Вечернее шоу **«Два в одном»** с Дмитрием Каплуном и Алексеем Алёхиным – по будням с 17 до 20. Имеется несколько рубрик, в том числе «Третий звонок» и «Горячие языки», где в студию, помимо основных ведущих, зовутся ещё трое «экспертов» для обсуждения мужских проблем под живой гитарный фон, а также полюбившаяся всем игра «Голевая передача». Также на эфир приходят именитые гости, актеры, певцы, продюсеры, в том числе из Америки и Европы.

В июне 2000 года «Лемма» выиграла конкурс на частоту 102,7 во Владивостоке с концепцией «Информационное вещание». Конкурентом был не менее крупный холдинг в приморской столице - ГТРК Владивосток.

Радиостанция активно не только вещает новости, но и ведет диалог и поддерживает активную обратную связь со своими слушателями. Продолжительный срок работы радиостанции говорит о том, что это радио имеет авторитет в приморской среде, что подтверждают многочисленные награды и устойчивая команда профессионалов, работающих на ней.

Согласно последним статистическим данным удалось выяснить следующее. Сетка вещания – ежедневно, круглосуточно. Радио «Лемма» занимает второе место по объемам ежемесячной аудитории (292,8 тысяч человек или 52,9% жителей Владивостока). Третье место по объемам недельной аудитории (каждую неделю станцию слушают 227,2 тысячи человек). Пятое место по объемам ежесуточной аудитории (75,6 тысяч человек).

Слушатели радио «Лемма»: взрослые (77,6% - от 30 лет и старше), семейные (59,1% аудитории находятся в браке), состоявшиеся (56,8% относят себя к категории «обеспеченных») люди. Наблюдается небольшое преобладание мужчин (53,2%).

Они социально активны, охотно интересуются тем, что происходит в городе и мире, и готовы лично участвовать в любых интересных проектах и переменах к лучшему.

Интересные факты:

«Лемма» – единственная в пятёрке лидеров Владивостокского радиорынка станция со стопроцентно местным вещанием. Это позволяет размещать рекламу партнёров (в том числе, интерактивную) в любом сегменте эфира, гарантирует индивидуальный подход.

«Лемма» обладает сильнейшей службой информации. Выпуски новостей и тематические программы радиостанции неоднократно занимали первые места на фестивалях и конкурсах. За годы работы, «Лемма» завоевала репутацию надёжного и объективного источника информации, достойного доверия и внимания.

В активе станции множество успешно реализованных рекламных и социально-значимых акций.

Радио «Лемма» имеет свой сайт. Осуществляет информационное сотрудничество. Активно использует ресурсы социальных сетей. Рекламодатели и партнёры станции всегда могут рассчитывать на дополнительную внеэфирную поддержку.

В данный момент утверждено три шоу в сетке вещания. Слушатель может присоединиться к эфиру в утреннем шоу – «Первая пара», в дневном – «Три кита» и вечернем – «2 в 1».

Контент этих трех программ приблизительно одинаков. Присутствуют ведущие, музыка, интерактив, гости, реклама, новостные выпуски. Отличается тем, что у программ разные функции. Очевидно, что утреннее шоу – это то, что разбудить слушающего эфир человека, подготовить его к 32

предстоящему дню и зарядить настроением. Для этого у ведущих много приемов, которыми они и «будят» аудиторию ¹⁸.

«Первая пара» – самое раннее информационно-насыщенное и веселое шоу, на радио «Лемма». Это ежедневная программа, которую ведут два ведущих по рабочим дням с 7 до 10 утра.

«С первой парой наших ведущих легко начинать новый день – ведь они всегда в курсе всех последних событий и новостей, а также готовы поделиться с вами самыми интересными и забавными историческими фактами в рубрике «Был бы повод» в 7.15, обсудить ценные советы астрологов и специалистов по жизни в рубрике «Гороскоп» в 7.20 ¹⁹.

В «Первой паре» всегда есть место конкурсам! Самый ранний – «В одном месте» в 7.45, где слушателям придется из 4 занимательных фактов выбрать один неверный. А в «Двоеборье» в 8.40 пара дозвонившихся в студию сразятся между собой, полагаясь на свою интуицию и чувство юмора.

«Добрые люди» в 8.15 для многих наших слушателей самая ожидаемая и неожиданная рубрика. Дело в том, что именно в ней наши ведущие разыгрывают тех, кому прислали поздравления их друзья и коллеги. Поэтому для большинства из них это абсолютная неожиданность, а для заказчиков поздравления – это двойное удовольствие, ведь они тоже не знают – каким будет розыгрыш.

Ну и наконец, в последнем часе утреннего эфира «первой пары» ведущие ежедневно обсуждают самые актуальные, интересные и злободневные темы вместе с гостями – наиболее компетентными в своей области профессионалами и экспертами.» – из описания программы мы понимаем, что здесь есть все элементы шоу, поэтому слушателям интересно как слушать такой контент, так и участвовать в нем. Ведущих двое, что является стандартом для радио эфиров

¹⁸ Сайт радиопедия (вики) [Электронный ресурс] // Радио «Лемма». – Режим доступа: http://ru.radiopedia.wikia.com/wiki/%D0%A0%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BE_%D0%9B%D0%B5%D0%BC%D0%BC%D0%B0 (дата обращения 25.03.2018)

¹⁹ Официальный сайт радио «Лемма» [Электронный ресурс] // вечернее шоу «2 в 1». – Режим доступа: <http://radiolemma.ru/broadcast/11> (дата обращения: 23.03.2018)

и программ в целом²⁰.

Дневное шоу «Три кита» представляет собой более сложный механизм. Над прямым эфиром трудятся сразу три профессионала. Эфир длится с 11 утра и до 15.00 ч. Время этой программы (да и любой другой) расписано по секундам. Каждый час делится на рубрики, к которым ведущие готовятся сами заранее, а каждые полчаса в студии звучат свежие новости, которые готовит отдел информации, вместе с ними ведущие предоставляют «оперативку» в течение эфира шоу.

Это шоу рассмотрим подробнее, потому что с ним будем работать далее, кроме того, оно самое сложное. Во-первых, потому что дневное: чаще всего, днем радио слушают негромко, фоном и невнимательно, да и вообще дневное время для ведущих в эфире не самое прибыльное и рейтинговое. Считается, что утренние и вечерние часы самые удачные потому, что люди в основном не заняты, либо заняты меньше, чем днем. Во-вторых, шоу ведут три человека, что осложняет задачу распределения ролей. Говорить в программе втроем (не считая гостей) сложно, нужно иметь договоренность в действиях, словах и прочих организационных моментах. Тем не менее, русло разговора у трех профессионалов очень необычное, разговор в эфире никогда не будет скучным, коллеги могут подстраховать друг друга, если что-то пойдет не так. Они же озвучивают прогноз погоды, справки о пробках в городе, а вот новости уже прерогатива другого отдела, который занимается исключительно новостным контентом радио в целом.

Первый час «Трех китов» занимает рубрика «лица улиц», где каждый день ведущие рассказывают общеизвестную интересную информацию о городе и его истории. Прерывается эта беседа рекламой, музыкой и новостями, информации помимо рубрики настолько много, что на саму беседу могут быть отведены считанные минуты.

Второй час занимают викторины и рубрика «успеть за 60 минут», в

²⁰ Официальный сайт радио «Лемма» [Электронный ресурс] // вечернее шоу «2 в 1». – Режим доступа: <http://radiolemma.ru/broadcast/11> (дата обращения: 23.03.2018)

викторинах разыгрывают различные интересные для жителей города подарки, чаще всего это билеты на какие-либо мероприятия. А в рубрике каждый день обсуждают какую-то актуальную тему, к которой призывают подключаться слушателей. Разбавляется она также новостями, оперативной информацией и рекламой.

Третий час посвящен рубрике, в которой обсуждается слово дня, пословицы, народный календарь и конкурсы, когда таковые имеются. На протяжении всего времени поддерживается общение со слушателями.

На последнем часе с ведущими в студии, как правило, беседуют приглашенные гости. Это заключительный час, где приглашенный осведомленный человек в определенной теме рассказывает интересные факты по этой теме. Ведущие «раскручивают» разговор заданными вопросами.

После четвертого часа следуют новости и музыка, бразды правления прямого эфира переходят к диджею, который включает музыку и контролирует эфирный процесс.

Последней программой является ток - шоу «2 в 1». Это вечернее шоу, куда приходят интересные гости и артисты. Эфир «раскручивают» забавные веселые рубрики, где затрагиваются темы жизни, кино, книг, театра все, что связано с музыкой и творческой культурой не только Владивостока, но и всех городов России. На эфир приходят именитые гости, актеры, певцы, продюсеры.

Мы рассмотрели механизм работы и контент радио «Лемма». Вся работа складывается из ток-шоу, новостей, рекламы, спонсорской информации, оперативной информации, и, конечно, музыки. Далее рассмотрим скелет ток-шоу, чтобы понять, как создается подобная программа, на что опираются ее создатели, какой отклик получают радиийщики на «Лемме» и воплотим все это в жизнь.

Суть данной дипломной работы в том, чтобы разобраться, как создается, как работает ток-шоу на радио, и как же его реализовать.

Для плана ток-шоу возьмем дневную программу, потому что она самая насыщенная, сложная, интерактивная, следовательно, нас она интересует больше всех.

Первое, на что должны обратить внимание организаторы – это то, какой нужен формат программы. От формата зависит работа ведущих, рейтинги, контент, общение с аудиторией.

У нас это ток-шоу. Мы определили, что оно будет дневным, мы хотим развлекать слушателей днем, но еще нам нужно включить интерактив для них, чтобы слушателям было интересно днем включить радио. Обычно в дневные часы радиостанции ставят то, что требует наименьших усилий, потому что слушателей привлекает больше эфиры утром или вечером.

Второй важный пункт – это ведущие. Стандартный формат программы в жанре ток-шоу включает в себя пару ведущих, далее организовать что-то актуальное и интересное сложно. У нас в эфире трое ведущих, между которыми распределены роли, обязанности и функции. Три разных взгляда на одну тематику, три характера и три профессионала, которые ведут дневное шоу «Три кита».

Третий пункт – определяем длительность ток-шоу и разбиваем это время на равные части. У частей программы своя задача, тематика, реализация. Важно каждый час заполнить грамотно: нужно иметь элементы развлекательного характера, и озвучивать информативные сведения (новости) и, конечно, вовлекать в эфирный процесс слушателей.

Четвертый пункт – придумываем контент эфирных часов. В ток шоу «Три кита» первый час – это рубрика «Лица улиц», второй час – это рубрика «Успеть за 60 минут», третий час – это «Полкило», а четвертый час – это «Гость». Разбавляют эти четыре часа новости, музыка, интерактив со слушателями. Таким образом, у нас есть все составляющие ток-шоу, которое может быть на радио, интересный контент и ведущие.

Для помощи реализации программы в необычном для радио формате используются интернет источники, запись звуков, например, плейлист музыки, 36

телефоны, на которые слушатель может не только позвонить, но и написать, также звуки рекламы. Подготовка к эфиру, к примеру, для развития разговора ведущих, производится заранее. Тема подбирается каждый день индивидуально, из источников берется нужная информация и заготовки с ней у ведущих на руках уже готовы до эфира.

План эфира готов, теперь реализуем ток-шоу, план которого был изложен выше.

2.2 Ток-шоу «Три кита»

Эфир 27.04. в студии Оксана Якуш, Денис Тимбал, Макс Дудников, стажер Гладун Татьяна.

Открывает шоу выпуск новостей, его прописывать не буду, обозначим наличие новостей и музыки просто словами, так как расшифровывать это бессмысленно. Также у нас есть перебивки, которые звучат перед новостями, они разбавляют поток информации.

Музыка.

Джингл для шоу «Три кита».

(Джингл записывается заранее, это «фишка» дневного шоу).

(Начался первый час программы) (11.00).

«Д: 11 часов в студии, уже, практически, 09 минут сегодня какой день недели? Я уже запутался!

М: Вот в чем дело, удивительная ситуация получается, глядишь на календарь – на календаре пятница!

Д: Да вроде как да...

М: И это слово автоматически уносит тебя в фантазии о том, что впереди выходные, но, а выясняется, следующее: пятниц-то она пятница, а неделя-то шестидневная!

Д: Вот откуда это непонимание...

М: Тут еще и в субботу потрудиться нужно будет.

О: Но я думаю, что мы зарядились, все-таки, силой воли плюс характер, поэтому субботу завтра отработаем. В течение недели мы внушали себе, что суббота у нас рабочая, но тут есть радостная радость, что рабочий день у нас идет по понедельнику, а понедельник выходной, значит, завтрашний рабочий день будет сокращен.

Д: Вон какая логика!

М: Ну и кого-то, может быть, и будет сокращен, а у нас все как положено: четыре часа с 11 до 15 каждый будний день и завтрашнюю субботу мы будем с вами, друзья. Друзья, слушайте радио «Лемму» это – самая семейная радиостанция, самая лучшая частота приморья и никаких возрастных ограничений.

О: Очень много чего интересного и сегодня и завтра будет. А когда будет, тогда и расскажем.

Ведущие представляет партнеров (в эфире выделяется время для представления партнеров, это обязательное условие).

М: В этом часу у нас будет уже ставшая традиционной рубрика «лица улиц», мы совершим прогулки по городу, который носит славное имя – Артем, а так же у нас в этом часу у нас будет конкурс. И расскажем вам про конкурс...

(Конкурс, организованный самой радиостанцией также озвучивается в эфире) это такой офлайн-интерактив.

Д: Театр начинается с вешалки, а программа начинается с рекламы... Рекламный блок.

(На каждой радиостанции есть реклама, и это нормальное явление, в нашем шоу это не исключение. Реклама записана заранее и включается многократно в течение эфира в специально отведенное время.)

Джингл к рубрике «Лица улиц»

(Джингл также записывается заранее и проигрывается каждый раз, когда начинается так или иная рубрика, сделано это для того, чтобы разделить одно действие от другого, например, блок рекламы от рубрики).

Д: Вот и наступила рубрика лица улиц. И мы продолжаем наши прогулки по городу Артему, где огромное количество улиц, переулков носит имена непосредственно с революционным движением.

М: И не только. Сегодня под нашим внимание улица Дзержинского.

Д: Есть такая.

М: Факты его биографии стали для нас некоторой неожиданностью. (Ведущие по очереди зачитывают биографию революционера) Д: Ну а сейчас Сергей Трофимов!

Звучит Музыка

(Музыка как элемент ток-шоу, разбавляет эфир и может начинаться и заканчиваться без джинглов)

(Сводка оперативной информации: пробки, погода, расписание рейсов самолетов – предоставляется ведущими шоу и является обязательной, так как напрямую относится к Владивостоку и может быть полезной и необходимой тем, кто во время эфира в дороге) – это плюс к интересу слушателям.

Джингл к ток шоу «Три кита».

(также записанный заранее подкаст, который напоминает слушателям, что сейчас в эфире, звучит во время включения по требованию и необходимости)

Ведущие зачитывают конкурсы и предоставляют партнеров.

Разбавляем такой большой объем информации музыкой

Рекламный блок

(Во втором часе викторина, в которой можно выиграть билет на мероприятие)

Д: Один из наших и ваших этапов работы – конкурсы «надо подумать». И сегодня у нас внезапные билеты. Билеты в техпарк соревнований RDS. Их мы будем разыгрывать викториной, конкурсом! Угадать нужно будет песню, заранее нами зашифрованную. Звоните в студию прямо сейчас. У нас есть звонок!

(Идет разговор с дозвонившимся гостем и он пробует выиграть билеты)

После Викторины музыка, чтобы разбавить эфирное время.

«Д: выстрел пушки обозначил полдень в Приморском крае!

(начал идти второй час программы)

Джингл для озвучивания «Погоды»

Оперативная информация: прогноз погоды и пробки на дорогах
(озвучивает один из ведущих по очереди)

Джингл для «Новостей»

Выпуск новостей

Джингл к шоу «Три кита».

М: Наступила пятница! Хочется кричать «Ура!» и петь... но понимаешь, что ты можешь кричать «Ура!» и спеть чего-нибудь интересное, веселое, необычное, но завтра-то суббота и у многих день рабочий. Друзья, забудьте про пятницу, думайте о субботе и о предстоящих потом четырех днях выходных, тогда оторветесь, повеселитесь.

Д: а мы еще добавим вам сегодня пару грамм радости, у нас в конце этого часа будет еще один розыгрыш, друзья!

М: билеты у нас есть бонусные техпарка RDS DRIFT...

Д: с вами по-прежнему, в рамках дневного шоу Оксана Якуш, Денис Тимбал и Максим Светлов, также с нами партнеры...

И.. такая неловкая пауза...

М: а все потому что впереди рекламный блок, а потом сразу рубрика «Успеть за 60 минут», побеседуем на тему путешествий, как грамотно собрать чемодан.»

Рекламный блок (джингл).

Джингл к шоу «Три кита».

«М: Что ж, дорогие друзья, мы вам обещали кое-что, и свое обещание обязательно выполним! Прекрасный конкурс...

Оксана Якуш подключается к беседе и объявляет конкурс и партнеры.

Музыка.

Рекламный блок (джингл).

Джингл к рубрике «Тема дня: успеть за 60 минут» в ток шоу.

«М: Итак, дорогие друзья, мы прямо сейчас обозначим тему часа и вас приглашаем к ее обсуждению, нам можно писать и звонить... У нас сегодня специальная гостя в рубрике, зовут ее Татьяна Гладун, она студентка ДВФУ факультета журналистики, плюс ко всему Татьяна сейчас в процессе написания дипломной работы на тему «Ток шоу на радио»

Д: Так она по адресу попала! Какая неожиданность!

М: Привет, Татьяна!

Т: Здравствуйте!

Д: Отлично, Татьяна, любишь ли ты путешествовать?

Т: При возможности да, конечно.

Д: Приходилось? Очень здорово, потому что сегодня тема беседы «Что вы берете с собой в путешествие?» Друзья, мы также призываем вас присоединиться к вашей беседе и рассказать нам, что вы, когда выезжаете на машине, поезде, самолете, собаках, быть может... кроме лифта, наверное, что вы берете с собой? Это большой чемодан, это маленький саквояж, это только кредитная карточка?

М: Очень может быть, что нужно вам в пути, Оксан?

О: Стихотворение помните? Собачку, картонку и что-то там еще... маленькую собачонку.. в общем ,дама сдавала в багаж...

Д: Автобиографическая история, я так понимаю?

О: Да! Потому что, открою небольшой секрет, мы когда обсуждали вчера, какую тему мы хотим затронуть сегодня и вот, мы решили: летнее время наступает, время отпусков и я рассказывала о том, что когда я начала путешествовать, помню, в Москву поехала, в конце 80-х годов, я взяла такой с собой чемодан неподъемный, там было столько вещей...

М; Ты хотела остаться жить в Москве, жениха там найти!

О: Вещи мне там вообще негодились, но, а как же поехать без этого, как же без того, так, эту юбку... юбка должна быть, сапоги эти, нет ну а как же я только в этих сапогах? Нет, надо еще и эти взять! Ну, то есть там не чемодан был, там был целый шкаф.

М: А вот к Татьяне вопрос: как часто путешествуешь? Где, возможно, удалось побывать, в каком необычном месте и что касается сборов, чего с собой брать рекомендуешь?

Т: На самом деле я приверженец того, чтобы взять себя и поехать. Когда выезжала с подругой в Хабаровск, то брала с собой маленькую сумку и ехала. Потому что это удобно.

М: А что там может быть? Косметика?

Т: Ну, только самые необходимые вещи, косметика...

Д: Я говорю, зависит еще от того, в какое время года вы поехали, вот в какое время года ты выезжаешь?

Т: Да, на самом деле. Я предпочитаю теплое время года. Зимой хочется спать, хочется сидеть дома и закутываться в одеялко. А летом или весной-осенью уже можно куда-то выбираться.

Д: Как выглядит твой чемодан и вообще приходилось ли с чемоданом, вот, как Оксана возиться? Поняли, в Хабаровск достаточно сумочки.

М: Чемоданы бывают разные, разных размеров, разных комплектаций, есть ли у тебя чемодан дорожный?

Д: Вот мне нравится в фильме «Фантастические твари» там, где они летают, там была классная сумка такая.

Т: Нет, чемодана у меня нет, как-то обходились без этого. Хотя у меня был большой переезд из дома во Владивосток, но тогда обошлось как-то без чемоданов, все потихоньку, понемногу перевезла.

Д: Все в один контейнер поместилось и грузчики, собственно, справились с этой задачей.

Т: Да, когда путешествовала уже с друзьями, то это был рюкзак.

Д: Мне нравятся эти подходы. Мы тоже везде стараемся путешествовать с рюкзаком.

М: Ага, подходы интересные.

Д: Рюкзак и все, что не влезло в чемодан – в рюкзак.

М: Друзья, что вы с собой берете, какие вещи считаете самыми необходимыми? Отпишитесь нам на Wats`app.

Д: В аэропорту очень часто наблюдаю такую картину: люди выстраиваются в очередь к весам, чтобы измерить, сколько же у них багаж. Потому что бесплатный провоз, на сколько я знаю, там 23 килограмма или 24, вроде.

М: В «Аэрофлоте»?

Д: Да, большинство рейсов у нас аэрофлотовских и это же целый ритуал! Взвеситься.

М: Ну так, а если перевес будет!

Д: Понять, что можно в ручную кладь переложить: Так в ручной клади тоже только девять килограмм, ээх, приходится доедать, сидят и доедают...

М: Татьяна, приходилось сталкиваться с такой ситуацией, когда был достаточно крупный багаж в аэропорту?

Т: Нет, не приходилось. Это действительно сложная такая операция. Сначала собрать чемодан, который весит сам по себе уже немало, килограмм восемь или десять, плюс, конечно, девочкам собрать свои вещи, которые будут весить также, если не больше, то понятно, что перед весами. Это интригующий момент, все ждут, чтобы узнать, сколько им нужно будет доплатить.

О: Верно, одной косметики, кремы различные, маски...

М: Да я вообще считаю, что когда девушки подходят к весам, это уже сам по себе тяжелый момент.

Д: Так это ж хорошо! Значит, люди следят за тем, что весы показывают.

М: Девушка вместо того, чтобы взвешивать багаж, сама может встать на весы и сказать: «О, боже мой! 100 граммов набрала!»

Д: У нас, кстати, есть сообщение, и оно касается темы, когда мы говорили, в какое время года лучше путешествовать. Вот Татьяна предпочитает в теплое время года, но есть же люди, которые любят и зимние виды спорта. Вот у нас Андрей пишет: «Зиму ждут приверженцы зимних видов отдыха и развлечений.

Очень здорово, приятной компанией заехать в тайгу и среди сугробов 43

наслаждаться зимой. Это, конечно же, горные лыжи, сноуборд, на спортивных курортах и базах». Я так понимаю, что речь идет о том, что вместе со своим чемоданом и багажом приходится возить весь этот спортивный инвентарь. Лыжи, которые ты, по-моему, в ручную кладь никак не сдашь. А велосипеды как ребята перевозят? Вот велосипеды! Вот к нам кто-то приезжал, они складные сдавали в багаж.

Т: А если они не складываются, то тогда как?

Д: Тогда никак, все. Вы не проходите в клуб. Только складные. А вот этот вот ритуал обматывания чемодана лентой? Вот стоит специально обученный мужчина в таком комбинезоне, молчаливо берет этот чемодан и...

Т: Задумчиво обматывает лентой...

М: При чем ценник самый разный. Мы не будем называть конкретные цены, но в некоторых городах дороже.

О: Нет-нет, мне очень интересно!

Д: Давай, назови этот ценник!

О: Меня это очень интересует, потому что я как раз-таки скоро с этим столкнусь.

Д: Во Владивостокском аэропорту ценник 500 рублей, а во Внуково это 1000.

О: Я сама обмотаю.

М: А вот это, кстати, кажется, «Сама обмотаю».

О: У меня есть пленка, обмотаю, а что такого?

Т: Да на самом деле больше слоев и все.

Д: для чего вообще все это делается? Обматывание это. Боятся, что у кого-то сверху потечет шашлык и закапает ваши шмоточки? Что?

М: Нет, на сколько я понимаю, это для того, чтобы понимать, что твой багаж не вскрывали. Только ради этого, ты можешь не обматывать, тебя никто за это не осудит.

Д: Понимаешь, до чего страну довели? Не доверяют сервису!

О: Вот это первое.

М: Кстати, а вы видели ролики в интернете, как с багажом вообще обращаются? По-разному.

О: Да о чем вы говорите? Я свидетель того, как обращаются с багажом. Был чемодан, купленный в Италии, и стал чемодан, который Российские грузчики превратили неизвестно во что. Брали, кидали его и вот он раскололся. Второе, я когда летела в Москву, у меня была большая сумка, я ее сдала в багаж. Я ее не заматывала, замочков там никаких не было, и когда я прилетела и получила свой багаж, то обнаружила, что моя сумка была вскрыта и пропали оттуда вещи.

М: А еще поговаривают, повторюсь, поговаривают, что грузчики, когда видят упаковку аэропорта, более трепетно к багажу относятся, нежели, когда видят твой хэнд мейд. Ну это поговаривают, может это легенда, а легенд очень много самых разных.

Д: знаменитые легенды и истории про аэропорты в продолжении часа в присутствии музыкально-новостной паузы радио «Лемма». А вы, друзья, пишите нам о том, как вы вообще относитесь к багажу в путешествиях, что вы берете с собой и насколько это габаритно».

Рекламный блок.

Ведущие озвучивают: «12.30 часов в столице Приморского края».

«Оперативная информация: погода, расписание рейсов, ситуация на дорогах».

Новости.

Рекламный блок.

Музыка.

Джингл к шоу «Три кита», возвращаемся в эфир.

М: «Спасибо Владимиру Кузьмину за эту невероятно бодрую и веселую песню, мы продолжаем обсуждать тему часа, у нас специальная гостья в студии – Татьяна Гладун, спортсменка! Комсомолка!

Т: Здравствуйте еще раз.

М: Здравствуй Татьяна еще раз, у нас тема путешествий сегодня, что с собой взять в путешествие? Татьяна ответила уже на вопрос, ей, в общем, многого не надо.

Д: У нас, кстати, продолжаются сообщения, нам написал Игорь.

М: Иииигорь! Давай-же, прочитай.

Д: Цитирую: «Если путешествовать в теплые страны, не нужно набирать с собой много багажа, зачастую достаточно иметь аптечку, несколько пар обуви, штаны, шорты, пару футболок, легкий свитшот...» все... Список большой, а вы говорите немножко..

Т: Всего – то!

Д: «Остальное дешевле купить на месте, нежели таскаться по аэропорту в незнакомой стране». Я согласен, что в теплое время года надо делать минимальный запас своих вещей, потому что максимальный может потеряться. Вот, кстати, Татьяна, вопрос, у тебя терялись вещи когда-нибудь в путешествиях?

Т: Ну, скорее, я сама от них избавлялась.

Д: Вот это по-нашему! Вот это норма: не доставайся же ты никому! И на полном ходу выкидываешь из самолета.

Т: Да, зачем брать с собой много вещей, когда, действительно, можно купить. Сейчас это очень легко сделать. Поэтому, пошел, купил, не берешь с собой.

Д: То есть ты избавлялась от вещей до поездки, не после?

Т: Да.

Д: А бывало такое, что, не знаю, умышленно приехала в другую страну, назад тебе нет смысла везти всю вот эту вот футболочку, штаны, обувь, износившуюся, потому что она там под палящим солнцем, или проливным дождем, не знаю, изнасилась. Ты понимаешь – назад везти не надо и оставляешь в подарок отелю, в котором жила ,бывало такое?

Т: Конечно. Такое – бывало.

Д: И подписывала «Лав фром Таня», нет?

Т: Подписи я не оставляла, но такое бывало.

М: Ясненько, а что же бывало у человека, который к нам дозвонился?

Д: А мы сейчас выясним

М: Здравствуйте! Кто это?

Гость: Алло, здравствуйте

Д: Как к вам обращаться можно?

Гость: Вениамин

О: Здравствуйте, Веня!

Гость: По теме, которую обсуждали ранее, понятно, у всех бывают случаи, когда повредили в аэропорту багаж, у меня тоже это было несколько раз. Даже сломанные замки были, были перерыты вещи... Но всплывает в памяти случай, который произошел как раз-таки в нашем Владивостокском аэропорту.

Д: Так-так, сейчас все поднапряглись.

Гость: В начале 2017 года. На самом деле, случай очень серьезный, но не менее от этого смешно. Тогда были уличены в краже наши грузчики Владивостокские, которые украли у пассажира четыре женские шубы норковые.

Д: Вот это нехорошо.

М: Потом щеголяли в них по Владивостоку!

Гость: Да, в том-то и дело, что попались они на том, что шубы были передарены ими своим женам. Вот такая история.

Д: То есть шубы все-таки нашли, как я понял?

Гость: Да, шубы нашли, на людей завели уголовное дело. Поэтому, мне кажется, не стоит брать с собой в дорогу излишне дорогие вещи, в данном случае – шубы.

М: Ага, позиция понятна, спасибо большое.

О: Действительно серьезная ситуация, людей нашли, бывают не чистые на руку люди и страдают от них другие люди, если можно так сказать. Вот такая история. Я думаю на счет вещей действительно, Вениамин прав, что не стоит с собой брать какие-то дорогие вещи в поездки, ну а смысл?

М: Например, слитки золота класть в чемодан?

О: Ну это тоже самое, что, вот, едешь ты в автобусе, и человек... я понимаю, что у человека, может быть, другой шубы нет, или другой какой-то одежды...

Д: Только эта очень дорогая...

О: Стоит женщина в дорогущей норковой шубе в автобусе, в толпе, эта шубы бедная обтирается, затирается вся... Женщина садится на сиденье, она даже подол не отгибает, чтобы шуба не затиралась на этой части. Смотришь потом, идет женщина, шуба дорогая, а сзади плешки такие просиженные.

Д: Кстати, это очень интересное сочетание: муниципальный автобус и дорогая норковая шуба.

М: Я видел нескольких таких женщин.

О: Да, вот, мне это непонятно.

М: Это очень просто объясняется – «дорого-богато», есть такое выражение.

Т: На самом деле это очень распространено.

Д: По все России можно встретить таких персонажей.

М: Дорогой телефон, купленный в кредит, кушаешь лапшу... Это удивительная черта характера российского человека.

О: Нет, ну бывают случаи, когда да, в дорогой шубе едет в автобусе потому что, допустим, машина сломалась и приходится ехать на общественном транспорте, а в основном, вот, ездить в шубе по автобусам ну не знаю...

Д: Друзья, я предлагаю на счет путешествия прислушаться к нашим советам и в дорогу брать по минимуму вещей. Об этом и наши радиослушатели пишут, да и мы с вами договорились, а мы будем завершать нашу беседу.

М: Да, тема очень обширная и я считаю, что мы ее только приоткрыли.

Д: Впереди курортный сезон...

О: Знаете, вот просто сядьте, перед тем как поехать, подумайте хорошо, что вам необходимо, пропишите список и потом удалите из этого списка все,

что вам действительно ненужно. Я думаю, что вот так как-то будет легче собирать чемодан.

Д: Хороший совет, а мы сейчас уйдем на рекламу и музыку, а потом у нас будет сюрприз...

Рекламный блок.

Музыка.

Д: Итак, как мы и обещали, у нас есть второй комплект билетов на Примринг!

М: Сегодня щедрость невероятная!

Т: Аттракцион прям.

М: Аттракцион щедрости, подсказывает Татьяна, кстати, Татьяна бывала ли ты на этом мероприятии?

Т: Да, мне посчастливилось побывать в прошлом году. Все очень понравилось, было очень красочно, первый раз видела вблизи очень много разных красивых и ярких машин. Как они дрифтуют! Дым, и вообще вся атмосфера, было очень интересно.

М: Ясно, а девчонок много было на трибунах?

Т: Да, девчонок было много на трибунах.

М: Эх, девчонки любят тех, кто дрифтует, верно?

Т: Да, вероятно, так.

Д: Итак, друзья, мы сейчас задаем вопрос, есть четыре варианта ответа, один из них верный и если вы отвечаете правильно, то забираете бонусный билет в зону техпарка!

М: Чтобы воспользоваться бонусным билетом, нужно еще и иметь билет на трибуну

Д: На само представление соответственно

М: Да, это билет неспроста бонусный

Д: Конечно. Вы с ним попадете за кулисы, но чтобы попасть за кулисы, нужно попасть в зал.

М: Что Оксана хочет сказать? Что-то очень важное?

О: Да, там можно пофотографироваться, поговорить со спортсменами, я думаю, в общем-то, будет интересно.

М: У нас есть звонок, здравствуйте! Здравствуйте, как зовут вас?

Гость: Здравствуйте, я Андрей.

М: Андрей, хорошо, какое отношение имеете к дрифту, бывали ли на соревнованиях или собираетесь только побывать?

Гость: Да, был, но просто любитель.

М: Я понял. Есть вопрос у нас и четыре варианта ответа по теме, я думаю, ответите правильно. Пожалуйста, Денис.

Д: Так. Если гонщик во время заезда на дрифте серьезно ошибается, дрифтера говорят, что участник: «сварганил котлет», «нарубил винегрет», «наварил борща», «разлил кисель». Что говорят дрифтеры, когда их собрат ошибся?

Гость: Я даже не знаю, ну пускай будет «винегрет».

Д: Нарубил винегрет! Прикольно, спасибо, хороший вариант, однако неверный.

Т: Распространенный вариант сегодня.

Д: Да, вариант действительно распространенный, мы уже проверяли вопрос, тестировали его на ведущих.

М: Но, к сожалению, вариант неверный.

Д: У нас следующий участник. Алло, добрый день.

Гость: Алло, здравствуйте.

Д: Как к вам обращаться?

Гость: Артур меня зовут.

Д: Артур, замечательно, вопрос слушали или лучше повторить?
(Повторяет)

Гость: Наварил борща, конечно!

Д: А почему? Борщ – это же жидкое состояние, а там покрытие твердое.

М: Почему вы так уверены? Вы знаете это точно?

Гость: Точно. Знаю, очень много раз был у нас на RDS.

Д: И говорили: «Ну, что опять борща наварили!»

М: Ну, что ж, у вас есть прекрасная возможность посмотреть как, возможно, кто-то «наварит борща».

Д: Абсолютно правильно! Откуда фраза пошла – непонятно, но периодически варят борщ на трассе даже высококлассные гонщики. Замечательно, это правильный ответ, я надеюсь, что будет минимум борща и максимум вкусных моментов. Передавайте приветы.

Гость: Ну, можно и приветы. Приветы передаю свои друзьям, с которыми я поеду на RDS.

М: Очень приятно было побеседовать, поздравляем вас с победой. Трубку не кладите, сейчас вам все расскажут.

О: Мы напомним, что RDS Vostok открывает сезон и соберет рекордное количество участников...

Музыка.

Ведущие озвучивают: «13.00 часов в столице Приморского края».

(пошел третий час программы).

«Оперативная информация: погода, расписание рейсов, ситуация на дорогах».

Новости.

Музыка.

Реклама.

Джингл к ток шоу «Три кита».

М: 13 часов и уже почти 15 минут в Приморской столице, продолжается дневное шоу «Три кита». Всем пламенный привет, хорошего весеннего настроения, на календаре пятница и эта рабочая неделя шестидневная, так что, друзья, рассчитывайте свои силы, собирайте всю волю в кулак, дабы потом аж четыре дня отдыхать и наслаждаться весенней погодой.

О. и М.: Партнеры.

М: Друзья, уже через три минуты в нашей студии будет рубрика, ставшая уже традиционной, «полкило мудрости», ну а сейчас музыка.

Музыка.

Джингл к рубрике «Полкило мудрости».

М: Трям-пам-пам, открываем наши закрома мудрости и ровно полкило вам отсыпем. Так, тех, кто не знаком с рубрикой, краткий анонс: народный календарь, пословицы различных народов мира и слово, которое закрепилось в нашем языке, но не является нашениским, а заимствовано. Какое слово сегодня разбираем? Пусть Татьяна – наша помощница, студентка ДВФУ расскажет, какое слово мы сегодня разберем.

Т: Сегодня мы будем разбирать слово конструировать.

М: Хорошо, Татьяна, предложение твое мы принимаем, тогда давай, расшифруй.

Т: Конструировать – создавать конструкцию чего-нибудь, строить, а также вообще создавать что-нибудь.

М: Хорошо, строить, а есть ли у нас аналоги?

О: Аналогии есть, строить, создавать и творить.

М: Вот третий вариант мне очень нравится. Ты что здесь натворил? А если мы хотели по-модному, что здесь наконструировал?

О: Шура поет: «Твори добро...», а представляете, если бы он пел «конструируй добро!»

М: Как же вы шикарно пародируете этого артиста – очень похоже.. я тут тоже добавил свои пять копеек, безусловно, интересная пародия, ну а сейчас самое время открывать наш потрепанный народный календарь.

Д: как мне нравится этот календарь, поскольку у наших предков был весьма оригинальный подход, вот зачем эти числа безликие, ни о чем не говорящие, из месяца в месяц, то ли дело именные даты.

М: Вот сейчас Татьяна скажет, как называется день и мы все...

Т: День называется Мартын лисогон.

Д: Ну вот знакомый соседский мальчишка – Мартынка!

М: И почему же он называется лисогоном?

Т: Лисогоном Святого Мартына потому, что именно в этот день верили, что в этот день можно было ловить лис голыми руками.

М: В южных районах с Мартынова дня начиналась пахота.

Д: На погоду тоже большое внимание обращали.. Если день выдавался теплым и ясным, вот как у нас сегодня, можно было надеяться на теплый урожай. На мартына принято было работать от зари до зари.

М: А сейчас переходим к пословицам.

Джингл.

Д: Вот вы не узнали, а это был баварский язык.

М: Какие пословицы, Татьяна, мы сегодня разбираем? Какого народа пословицы?

Т: Баварские .

Д: Баварские, древнейший народ на Кавказе живет. Чечня, Дагестан, калмыки даже живут. Очень древний народ и мудрость еще более древняя.

М: Итак, какова первая пословица?

Т: Слово дороже коня.

Д: Хороший аналог пословицы: слово дороже золота...

О: На Кавказе всегда ценились лошади, поэтому...здесь и их ценности выше.

М: Вторая пословица какая у нас?

Д: Без нужды лающая собака быстро стареет. Имеется ввиду, что нечего...

М: Воду в ступе толочь.

Д: Вот! Да! Но там, вот, про собаку.

М: Третья пословица!

Т: В руках дурака и палка выстрелит.

Д: Театральный прием известный: если в первом акте появляется дурак с палкой, во втором он обязательно выстрелит.

О: Как у нас: мужик с веслом.

М: Вот такие вот баварские мудрости у нас сегодня были представлены в рубрике. Еще больше мудрости, еще больше выдержек из народного календаря, еще больше заимствованных слов завтра в дневном шоу «Три кита».

Д: А у нас эфир продолжает замечательная композиция, почти на русском языке, там уже середина часа и «Привет в обед» можете уже присылать приветы нам на What`s up. Или звонить по телефону.

Музыка.

Рекламный блок.

Объявление актуальных конкурсов.

Оперативная информация.

Новости.

Джингл к шоу «Три кита», объявление рубрики «Привет в обед»

М: Итак, дорогие друзья, начинается рубрика «Привет в обед», не упустите прекрасное время, чтобы передать теплые слова, пожелания ,все, что посчитаете нужным присылайте нам.

О: Продумывайте скорее свои приветы и отправляйте, чтобы все дошло вовремя, и мы успели их передать, чтобы они прозвучали в эфире и все до получателей.

М: Уже есть первый привет, к нам дозвонился Владимир, который постоянно на нашей волне. Сегодня передает пламенный привет и самые наилучшие пожелания, в частности пожелания крепкого здоровья, звучат для Людмилы Александровны. Специально прозвучит песня, которую послушаем с удовольствием на радио «Лемма».

М: Продолжается рубрика «Привет в обед» и есть у нас еще один очень теплый весенний привет от Светланы, которая живет на острове Попов, любит радио «Лемма» и всем желает хорошего настроения.

О: Мы тоже желаем хорошего настроения Светлане, и всему острову Попов, всем его жителям.

М: А сейчас немного рок-н-рола.

Музыка.

Джингл к рубрике.

О: Продолжается рубрика «Привет в обед», есть у нас практически еще десять минут до завершения программы, вы еще успеваете написать и позвонить нам.

Д: У нас есть сообщение и звонок, но звонок был раньше: «Передаю привет всем видеоблогерам города Владивостока. Скоро медиафорум, ждем-с.» Подпись Юрий Винни и группа Марлины по заказу Юрия летит над Владивостоком и Приморским краем.

Музыка.

Рекламный блок.

Джингл «Привет в обед».

Музыка.

Д: Завершает рубрику привет от Ольги, привет для всех верных мужей и мы включаем песню про мужа.

Музыка.

Заставка «Радио Лемма».

Ведущие объявляют: «14 часов ровно».

(пошел заключительный четвертый час ток шоу)

Оперативная информация: погода, пробки, расписание рейсов.

Новости.

Музыка.

Рекламный блок.

Джингл к ток шоу «Три кита».

М: Друзья, всем пламенный привет, мы уже практически находимся в предвкушении предстоящих четырех дней выходных, и, конечно, желаем вам весеннего и очень солнечного и практически уже майского настроения.

О: Праздники впереди, выходные впереди, ну и конечно же, пусть все будет интересно. Обязательно, так сказать с пользой, толком и расстановкой.

Д: Можно заняться дачей...

О: У нас тоже сегодня в эфире интересно, но прежде чем познакомить вас с нашими гостями, мы озвучим партнеров...

М: Ну что, пора переходить к рубрике «Спец и я».

О: Пора знакомиться!

Джингл к рубрике «Спец и я» - интересные гости и их истории в прямом эфире.

М: Тут такое дело, друзья, завтра в большом зале филармонии начнется спектакль, который называется «Без слов». О спектакле мы обязательно поговорим, а у нас в гостях Базанова Валентина Михайловна, руководитель акапелла студии «Round 7», которая принимает участие непосредственно в этом мероприятии. И Татьяна Митр, участница коллектива. Здравствуйте, Татьяна, здравствуйте и вам, Валентина.

Т: Здравствуйте.

Д: Рады приветствовать вас в нашей студии, в нашем городе, бывали раньше во Владивостоке? Я имею ввиду с творческими предложениями?

В.М.: Да, мы были первый раз с нашим коллективом, всем составом на 14 международном джазовом конкурсе, который проходил в ноябре месяце в этой же филармонии.

Т: Благодаря ей мы и сейчас приехали.

М: Ну а что понравилось в нашем городе, чем зацепил Владивосток? Возможно, чем-то не порадовал.

В.М.: Владивосток всегда цепляет, как он может не зацепить? Это шикарный город – молодежный, яркий.

М: А у Татьяны какие впечатления?

Т: Мне показалось, что тут люди немножечко не такие, как у нас. Более общительные, что ли, добрые.

М: Надо сказать, что акапелла студия «Round 7» родом из Благовещенска. Давайте немножко углубимся в историю, когда и как появилась акапелла студия, кто стал автором идеи?

В.М.: Автор идеи – я. Я вообще музыкант и долгое время работала, как певица и еще у меня есть образование языковое – французский язык. А певицы и вообще музыканты у нас, ну, солисты, в основном работают по фонограмму. Надоело смотреть, что работают под фонограмму, захотелось создать живое пение.

М: Вы вокалистка сама по образованию?

В.М.: Нет, я по образованию пианистка, потому что я всю жизнь пою.

М: Хорошо. Вот появилась у вас идея, каким образом появились ребята? Откуда их набирали? Конкурс был какой-то? Кастинг какой-то или вы уже, возможно знали, кто будет в группе?

В.М.: На самом деле сарафанным радио все случилось.

М: А сейчас в коллективе какое количество человек?

В.М.: Сейчас десять человек.

М: Почему же «Round 7»?

Д: Вот, над этим вопросом мы ломаем голову уже несколько дней! Мы уже думали рубрику сделать, викторину: почему «Round 7».

Т: Наверное, потому что изначально было семь человек, все вот так просто.

М: А почему сейчас не «Round 10»?

Т: Мы тогда будем каждый месяц переименовываться.

В.М.: Ну плюс к этому мы еще поем музыку, которая крутится вокруг семи нот, больше –то нет.

Д: Ааа, с английского Round – значит круг, круг семи нот! Все это совпало. Здорово, круто! У вас сейчас больше мужских или женских в составе голосов?

В.М.: Было больше женских и было так всегда. В принципе, было время, когда у нас было и пять мужских голосов, но они долго не продержались.

Д: Мальчики вырастают и вылетают из гнезда в другие коллективы?

В.М.: Не знаю, кого тянет куда, у всех свои дела.

М: А есть у вас какие-то редкие голоса в коллективе?

В.М.: Ну, например, Татьяна

Д: Интересно, для разговора она использует один режим, потом раз, переключилась, проговорила низким, или наоборот – высоким. Можете нам контр альту продемонстрировать?

М: Самую вашу низкую ноту?

Т: Ммм... Вот, как раз я задумалась и получилась низкая нота, видите?

О: А вообще как определяется ваш тон голоса, как это сказать правильно... контр альта.. что это?

В.М.: Самые низкие и самые высокие ноты есть у каждого вокалиста, есть предел.

М: А так все голоса представлены? Например, баритон, наверняка есть бас.

В.М.: Есть все. Девушки – сопрано, альта, контр альта. И у нас есть солистка, которая поет всеми голосами...

Т: Да, только ради нее стоит прийти на наш концерт, солистка она шикарная.

Д: Давайте разберемся, коллектив не только поет, не только звуковое изречение, но идет еще и действие, то есть можно не только послушать, но и посмотреть, давайте об этом поговорим. Что там можно посмотреть?

В.М.: Ну это первый наш такой опыт. Мы взяли наш концерт, то есть «Мима», актрису, она тоже из Благовещенска, работает в кукольном театре, она давно уже практикует образ «мима». У нее пластика, лицо настолько выразительные, что она заряжает ребят на сцене, и они в ответ начинают уже играть. Игровые моменты – не весь спектакль она работает, но вот начало, финал и есть такие интересные завязки и смешные моменты... Это надо смотреть

М: Кстати да, друзья, мы сейчас плавно перешли к спектаклю, который называется «Без слов» и состоится завтра. Будет приглашенная артистка и саксофонист из Владивостока.

В.М.: Да, мы тоже сейчас в активном обсуждении сюжета, мы его так автоматически ввели в наш концерт, потому что мы не знали, ставить двух мимов или это слишком, пришлось брать, вот, живого музыканта. Поскольку из 58

Благовещенска приехать никто не смог, мы позвали участвовать вашего саксофониста, который во Владивостоке живет, играет он со многими группами, очень известный саксофонист.

Д: Я смотрю, что дипломанты многих различных конкурсов, я так понимаю, это разъездные мероприятия или какие-то точечные?

М: Да, кстати, как часто гастролируете?

Т: Пару раз в год. Полгода назад мы приезжали сюда, как раз и до этого на московскую весну-акапелла, как-то пока вот так.

Д: Ну, это вполне щадящий график.

М: А какое самое большое достижение?

Т: Как раз фестиваль, который был у вас. Там мы приз зрительских симпатий заработали и вот этот концерт – это наш подарок, вот этот приз.

Д: У вас есть кумиры, к чьему уровню вы бы хотели стремиться.

В.М.: Конечно, есть. Они все разные, все интересные. Если наши – то это акапелла «Экспресс», ну, мы с нее и начали. Это наша первая песня. В их аранжировке это был наш первый опыт.

М: У вас только кавер-версии или есть и свой материал?

В.М.: У нас есть очень много своих аранжировок.

М: А давайте послушаем!

Звучит песня.

М: Я думаю, что мои коллеги согласятся, что это чарующее исполнение. Мы, сейчас спев пару нот, тоже стали участниками акапелла студии «Round 7». У нас в гостях Валентина Михайловна Базанова – руководитель студии и Татьяна, ее участница. Мы беседуем о музыке и спектакле, который состоится завтра в приморской краевой филармонии. Всех приглашаем, вы уже поняли, что будет круто? Плюс ко всему, в концерте примет участие наш саксофонист и будет девушка актриса «мим» из Благовещенска. Из Благовещенска коллектив, как раз и приехал.

Д: Совсем скоро вы будете отмечать трехлетие коллектива, рубеж. Вот в человеческом возрасте это уже значительная цифра, ребенок уже начал ходить,

говорить, может петь где-то.. Вот если перевести на возраст вашей организации, на сколько уже крепко ваш малыш встал на ноги и поет, ходит, говорит? Можете ли вы рубеж какой-то обозначить? Вам уже два с половиной годика, но вы уже сильны, крепки, или еще ходите в большой мир на шатающихся ножках?

В.М.: Я бы не сказала, что мы вот уже готовы. Хотя, я слишком завышенные требования предъявляю к своим ребятам, наверное, но я их очень люблю и хочу, чтобы все было идеально.

Т: И ребята тоже их... Вас.

Д: И ребята их тоже обожают!

М: Хорошо, давай тогда у Татьяны спросим, как у участницы коллектива, как себя оценивает коллектив, заметен ли личный рост?

Т: На самом деле, заметен. Мы недавно отсматривали материал с прошлого московского фестиваля, так вот, как будто уже другой коллектив. В плане: лучше держим партии, лучше держим себя на сцене, вот это у нас, кстати, изначально была большая проблема, мы были все какие-то зажатые. Пели мы, конечно. Классно всегда, но вот с артистичностью были проблемы. Но сейчас мы развиваемся, на спектакле можно это увидеть.

М: Вопрос на счет вашего коллектива – вы общаетесь помимо сцены?

В.М.: Общаться некогда, вот мы каждый день репетируем и общаемся.

М: Я понимаю, но отношения в коллективе бывают самые разные.

В.М.: В коллективе дружат все и замечательно общаются.

Т: Ну, тоже самое, если раньше мы сторонились друг друга, то сейчас после репетиции мы легко можем куда-то пойти все вместе и там попеть еще.

М: Я тут подумал, это классно, когда все в группе находятся на равных, нет солистов, нет того, кто лучше или хуже.

В.М.: Вот это очень важный вопрос. То есть, когда кого-то уже заносит, это чувствуется и по пению и по отношению. Когда на первый план вылезает чей-то голос, чего быть не должно, это заметно. Я понимаю это в другом стиле пения, а когда это в общей аранжировке, это неправильно.

М: В общем, мы можем назвать акапелла студию «Round 7» сбалансированной группой.

В.М.: Да.

М: Все ли в коллективе музыканты и вокалисты по образованию?

В.М.: У нас есть самородки. Трое девчат у нас дирижеры – хоровики, то есть музыка – это их профессиональное.

Т: Остальные просто поют с рождения.

М: Хорошо, продолжим этот разговор после рекламной паузы.

Рекламный блок.

Джингл к рубрике «Спец и я» - интересные гости и их истории в прямом эфире.

М: Продолжается рубрика «Спец и я» и сегодня она предпразднично музыкальная. Валентина Михайловна Базанова, руководитель акапелла студии «Round 7» у нас в гостях и Татьяна Митр, участница коллектива. Здравствуйте еще раз. И мы продолжаем беседу, еще немножко поговорим о вокале. Сейчас с помощью некоторых проектов известных захотели петь все, каждый хочет стать звездой. Вот вопрос: все ли могут научиться петь? Без чего туда не надобно лезть вообще?

В.М.: Наверное, без желания научиться. Иметь голос и уметь петь – это абсолютно разные вещи. Некоторые считают, что если ты имеешь голос, и он богатый, то все. Нет, пение включает в себя еще много добавочных пунктов.

В.М.: Вокалисты должны знать элементарную теорию. Я не говорю, что они должны, например, в композиции разбираться или в гармонии какой-то сложной, а элементарную теорию, знать тональности.

Т: Я думаю, смотря в какой сфере они собираются работать, я так думаю. Если у вас всегда есть фонограмма заготовленная, то, пожалуйста, ходи и пой. А вот если в таком режиме, как у нас работать или, например, с другими музыкантами, нужно знать их язык.

Д: Как появляются ваши композиции?

В.М.: Это очень мучительный процесс, потому что я прошу от ребят предложения песен, куча таких песен поступает, надо разобраться, чтобы сделать что-то хорошее. Если делаем микс, это очень долго и сложно, бывает тема просто не идет.

Д: А можно пример привести той темы, которая ну вот никак не пошла?

В.М.: Что мы пока не можем, дойдем. В спектакль хотели пиратскую тему поставить и серьезные такие вещи...

М: Надо сказать, что мы были удивлены обширностью вашего репертуара. Давайте послушаем «Jogje» в вашем исполнении...

Плавно включается музыка.

Д: Очень здоровское звучание!

М: Да, прекрасное исполнение! Песня спета достойно. У нас в гостях участники и руководитель студии «Round 7». Они приехали из Благовещенска, чтобы завтра представить спектакль «Без слов». Мы не будем о сюжете, не будем раскрывать какие-то тайны, но расскажите, каким образом спектакль появился?

Т: Ну вообще, я сама не поняла, как так получилось.

М: Татьяна, вы знакомы со спектаклем «Без слов»?

Д: Вы придете?

Т: Ну я постараюсь!

М: Вы являетесь участницей акапелла-студии «Round 7»?

Т: Просто однажды к нам пришел саксофонист местный, ему очень захотелось с нами что-то сделать, потому что, видимо, это тоже ему очень нравится. И как-то так вышло, что вылилось это в спектакль, а не просто в какие-то отдельные выступления.

М: У спектакля есть драматургия, есть какая-то история, идея. Вот этот спектакль он к чему призывает?

Д: Будет ли мораль, Максима волнует.

В.М.: Есть лейтмотив в этом спектакле.

М: Как долго создавался спектакль?

В.М.: Примерно 2, 5 месяца и это катастрофически мало, потому что планировался другой спектакль, более обширный, но дали сроки другие, поэтому мы это все сжали, переиграли и будем удивлять. Собрались четыре человека, два часа мозгового штурма и вот спектакль.

М: А вы у себя в Благовещенске уже показывали этот спектакль?

В.М.: Да. Знаете, зритель сидел, широко открыв рот и не дышал. Это просто неожиданное решение такое.

М: Я из понимаю прекрасно, потому что когда идет какое-то звучание со сцены, и одновременно действие – это прекрасно.

Д: У нас тут вопрос возник, прилетел буквально с дивана: как происходит создание песни? У вас есть с нуля созданное произведение?

Т: Нет, такого не было пока произведения, нами сочиненного, но есть наметки.

Д: Все еще будет.

М: А есть произведение, которое вообще никто не ожидал услышать?

Т: Вообще у нас есть «Linkin park».

М: Что вы можете пожелать жителям Владивостока, Приморья, тем, кто, возможно, хочет заняться вокалом и просто тем, кто слушает радио «Лемма».

В.М.: Слушайте только хорошую музыку, достойную внимания музыку.

Т: Хотите петь – пойте, если хотите, вас ничто не остановит.

Д: А мы сейчас уходим на рекламу, после которой послушаем ваш трек и завершим программу.

Рекламный блок.

Звучит песня.

Джингл к ток шоу «Три Кита».

М: Интересные, а главное, голосистые у нас сегодня гости. (представляет гостей)

Д: Завтра состоится ваш концерт, давайте же приглашайте все. Вы в предвкушении? Что вы чувствуете сейчас?

В.М.: Мы чувствуем огромное желание увидеть полный зал! Дорогие друзья, вы не пожалеете! Мы говорим это от всей души, от всего сердца. Будем рады вас видеть и будем рады вас порадовать.

М: Мы желаем, чтобы у вас завтра был аншлаг! Друзья, приходите, ну, вы сами все слышали, приходите в большой зал филармонии. Ну и мы уходим на выходные, вернемся в эфир после праздников. Слушайте дневное шоу «Три кита» на волнах радио «Лемма».

Д: Всего доброго, друзья, до встречи!»

Завершает дневное шоу песня.

Заключение

На примере эфиров, которые вышли в дневное время в формате ток-шоу мы видим, что это интересно людям, они активно участвуют в викторинах, и интерактивах, несмотря на то, что в разгаре рабочий день. С помощью ведущих и контента шоу мы имеем аудиторию, а следовательно, рейтинг и актуальность.

Целью дипломной работы было выяснить, как работают ток-шоу на примере программы. Взяв за основу материала ток-шоу «Три кита», мы вникли в механизм работы этого жанра, выявили его актуальность, воплотили и увидели, как он может взаимодействовать со слушателями.

Дневное шоу – это непростая работа, да еще и с тремя ведущими. Чтобы удержать внимание слушателей, в частности, были применены интерактивы, викторины, интересная музыка, а также звонки и сообщения от слушателей в студию.

Делая вывод из практического материала, становится понятно, что жанр ток-шоу стал настолько гибкий (изначально это был телевизионный жанр), что легко вписывается в аудиоформат радио. Все слагаемые ток-шоу соблюдены: зрелищность, интерактивность и беседа. Радио – это работа с воображением слушателей, радиийщикам нужно лишь грамотно поработать со звуком и результат не заставит себя ждать.

Таким образом, любую программу можно сделать в жанре шоу. Это возможно сделать даже на радио при максимально сложных условиях специфики СМИ.

Чтобы создать ток-шоу на радио, нужно знать радиостанцию, на которой будет воплощаться проект, знать азы жанра и применить смекалку для того, чтобы разработать нужный контент.

Список литературы

Учебники и учебные пособия

1. Козлова, О. А. Современные электронные СМИ : учеб.-метод. пособие для студентов 1 курса направления подгот. бакалавров «Журналистика» / О. А. Козлова ; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т». – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2012. – 126 с.
2. Корконосенко, С. Г. Основы журналистской деятельности : учебник для бакалавров / С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014.- 301-305с.
3. Корконосенко, С. Г. Преподавание журналистики в высшей школе : учеб. пос. – СПб.: Свое издательство, 2015. – 111с.
4. Ключев, Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии : учеб. пособие / Ю. В. Ключев. СПб. : Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций» СПбГУ, 2015. – 13-21с.
5. Мельник, Г. С. Основы творческой деятельности журналиста : конспект лекций и практикум / Г. С. Мельник, К. Е. Виноградова, Р. П. Лисеев. – СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2013. – 36-54с.
6. Мисонжников, Б. Я. Журналистика: введение в специальность: учеб. пособие / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. – СПб. : Филол. ф-т СПбГУ, 2012 – 90с.
7. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов / 8-е изд. Испр. – М. Аспект Пресс, 2011 – 238-253с
8. Федотова, Н.А. Рекреативные функции СМИ: учеб.-метод. Комплекс / Минск : БГУ, 2014. – 11-18с.

9. Бахир, П.А. Образ коммуникатора в российских ток-шоу и его воздействие на аудиторию // Журналистика России в условиях перехода к информационному обществу. – сборник научных статей / отв. ред. Ел. В. Мартыненко. – Москва : РУДН, 2016 г., Вып. №1, С. 63-68.

10. Березняков, Д.В., Профессионализация в сфере «новых медиа»: несколько замечаний к дискуссии // Вестник новосибирского государственного университета. Серия: история, филология. – 2013г, Вып № 6, С 1-5.

11. Бочкова Е.А. Культура речи ведущих на радио // Проблемы современного радиовещания. – статья в сборнике трудов первой научно-практической конференции Фил. фак-та, кафедры массовых коммуникаций / 2015г., Вып №8, С 13-15.

12. Евдокимов, В.А., Инфотеймонт в масс-медиа: панацея от скуки и эрзац дискуссии // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – Журнал/ 2015г. Вып № 5. С. 215-216.

13. Егошкина, В.А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм // Коммуникативные исследования. – журнал / 2017г . Вып. № 2 (12). С. 61–68.

14. Ключев, Ю.В., Публичность радиоречи // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: филология, история, востоковедение. – 2015г. Вып. № 2 (61). С. 2-6.

15. Лебедева, Т.А., Радишоу вчера и сегодня // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2012г. Вып. № 3-4, С. 15-20.

16. Нестерова, Н.Г., Ток-шоу на радио как новая дискурсивная практика // мир науки, культуры, образования. – 2015 г. Вып. № 4(53). С. 1-5.

17. Нестерова, Н.Г. Фащанова С.В., Специфика коммуникативной организации ток-шоу на радио // коммуникативные исследования. – 2014 г. Вып. № 2. С. 1-7.

18. Полиит-Заниздра, Т. А., Бренд-журналистика – новое направление в маркетинге или в журналистике? // Молодой ученый. – 2014 г. . Вып. № 12. С. 351.
19. Росс, Е.А., Слагающие успешного ток-шоу на радио // Медиасреда. – 2014г. Вып. № 9. С. 2.
20. Рустамова, Д., Проблемы соблюдения этики и национальных традиций в программах радиовещания // Вестник. – 2017г. №4- 5, С. 300.
21. Симакова, С.И., Журналистика данных как современное направление журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2013г. . Вып. №1 (11). С. 52-56.
22. Снежкова, И.А., Интертекстуальный аспект речей Т. Манна на радио ББС // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. – 2014г, № 28, С 1-5.
23. Терехов, А.Н., Рысин, Ю.С., Некоторые пороги восприятия запаздывающих акустических сигналов (эхо – сигналов) // Тсомм: телекоммуникации и транспорт. – 2015г. Том 9 № 4, С. 52.
24. Уланова, Е.Э. Ток-шоу: характеристики, компоненты, особенности talk show: characteristics, components, special aspects // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований. – 2016 г. Вып. № 1 (5). С. 1-7.

Электронные ресурсы

25. Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования [Электронный ресурс]: // Научно-культурологический журнал: электронный журнал. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=1114&level1=main&level2=articles> (дата обращения 30.03.2018).
26. Официальный сайт радио «Лемма» [Электронный ресурс] // шоу «Первая пара». – Режим доступа: <http://radiolemma.ru/broadcast/10> (дата обращения: 23.03.2018).

27. Официальный сайт радио «Лемма» [Электронный ресурс] // вечернее шоу «2 в 1». – Режим доступа: <http://radiolemma.ru/broadcast/11> (дата обращения: 23.03.2018)
28. Сайт радиопедия (вики) [Электронный ресурс] // Радио «Лемма». – Режим доступа: http://ru.radiopedia.wikia.com/wiki/%D0%A0%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BE_%D0%9B%D0%B5%D0%BC%D0%BC%D0%B0 (дата обращения 25.03.2018).
29. Сайт Wiki How [Электронный ресурс] // Как провести собственное ток-шоу на радио. – Режим доступа: <https://ru.wikihow.com>. (Дата обращения 3.05. 2018).
30. Сайт Лекции.Ком [Электронный ресурс] // Жанровая классификация развлекательных телепередач. – Режим доступа: <http://lektsii.com/2-15148.html> (Дата обращения 5.05. 2018).



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Департамент коммуникаций и медиа

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

на выпускную квалификационную работу студентки Гладун Татьяны Максимовны
(фамилия, имя, отчество)

направление подготовки 42.03.02 – Журналистика, профиль «Мультимедийная журналистика», группа Б4404

Руководитель ВКР Бурлаков Виктор Алексеевич, канд. полит. наук, доцент _____
(ученая степень, ученое звание, и.о. фамилия)

на тему «Ток-шоу на региональной радиостанции “Лемма”» _____

Дата защиты ВКР «25» _____ 2018 г.

Тема данной выпускной квалификационной работы безусловно актуальна. Формат ток-шоу сегодня приобретает широкую популярность, а потому заслуживает своего всестороннего рассмотрения. Важно также то, что формат ток-шоу рассматривается в контексте регионального радиовещания на примере работы популярной радиостанции «Лемма».

Выводы, сделанные автором, отличаются новизной и оригинальностью. Автор проявила себя в качестве самостоятельного исследователя, способного к творческому и глубокому анализу.

Данная ВКР в полном объеме соответствует заданию и техническим требованиям.

При подготовке выпускной квалификационной работы студентка использовала широкий круг источников и литературы, привлекла значительный фактический материал, иллюстрирующий особенности освещения темы ток-шоу на радио.

Достоинством работы является всесторонний анализ заданной проблемы и мастерство работы с литературой. Недостатки работы не являются определяющими и несколько не умаляют ее значение.

В ходе подготовки выпускной квалификационной работы студентка показала, что в достаточно высокой мере владеет методами сбора и обработки информации, применяемыми в сфере профессиональной деятельности. Гладун Т.М. успешно прошла все стадии информационно-аналитической работы и показала высокий уровень умения анализировать состояние и динамику исследуемых объектов.

Представленная выпускная квалификационная работа имеет высокую практическую ценность и может быть использована как в практической деятельности в качестве руководящего пособия, так и в учебном процессе в качестве учебного материала.

В ходе подготовки выпускной квалификационной работы студентка показала высокий уровень теоретической подготовки, наличие необходимого уровня навыков, знаний и умений, характерных для специалиста в сфере журналистики. Она проявила себя в качестве инициативного и ответственного исследователя и автора, способного к

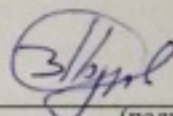
самостоятельному принятию решений при изучении и разработке поставленных проблем. Студентка показала, что вполне способна работать со значительным объемом источников, справочной и научной литературой. Представленный материал изложен ясно и четко, а также логически грамотно и последовательно. Он не содержит внутреннего противоречия и несогласованности.

Выпускная квалификационная работа подготовлена в строгом соответствии со всеми правилами, установленными для работ подобного рода. Работа оформлена на высоком техническом уровне. Степень самостоятельности работы составляет 80%.

Студентка показала, что способна организовать свой труд, исследовательский процесс и профессиональную деятельность. Студентка показала, что в ходе обучения успешно справилась со всеми требованиями учебной программы, освоила необходимый теоретический материал и полностью соответствует требованиям к выпускнику, предъявляемым федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика.

Выпускная квалификационная работа выполнена на достаточно высоком профессиональном уровне и может быть оценена на положительную оценку. Студентке Гладун Татьяне Максимовне может быть присвоена квалификация бакалавр по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика.

Руководитель ВКР кандидат политических наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)



(подпись)

В.А. Бурлаков
(и.о. фамилия)

13 июня 2018 года

Подпись В.А. Бурлакова заверяю

референт директора ШМОК
Сонялова И.И.
14.06.2018
