

**РЕСЕЙ
РАДИОСТАНЦИЯЛАРЫ
ЖӘНЕ РАДИОХАБАР
ТАРАТУ ЖҮЙЕСІ**

Бүгінгі таңда радионың мүмкіндігі шексіз артты, бұл ортада да бәсекелестік күшейді, таңдау мүмкіндігі пайда болды, әр түрлі бағыт-бағдардағы, стиль мен мәнердегі радиостанциялар көбейді. Радиоарна өз қаржысын өзі тауып, дамитын жағдайға жетті, шығармашылық шексіз мүмкіндіктер ашылды. Радио-журналист эфирде еркін сөйлейтін, ойын бүкпесіз жеткізетін және оған өзі жауапкершілік жүктейтін жағдай туындады. Сөйлеу мәдениеті деңгейінің жоғары болуын талап ете бастады. Жаһандық кезеңде радионың даму жолдары қарастырыла бастады.

Ең алғаш шетелде жүйелі радиохабар таратуға 1920 жылдың 2 қараша айында Питсбург, АҚШ, «Вестингауз» (Westinghouse) компаниясы кірісті.

Болгария, Польша, Румыния, Италия, Франция және басқа да мемлекеттерде радиобағдарламалар үш мемлекеттік мамандандырылған бағдарламамен (ақпараттық, ойын-сауықтық және білім беру) орындалды. Көп мемлекеттерде тәулік бойына үзбей музыкалық бағдарламаларды беру қалыптасқан.

Радионың негізгі қағидаларын және оның тапсырмаларын социалистік мемлекеттерде мемлекеттік заң бойынша ұйымдастырылады. Ереже бойынша мемлекеттік комитет телевидение және радио ісімен айналысады.

Капиталистік мемлекеттердің дамуында радионың орны мемлекеттік істе басымдық. Егер радио жартылай мемлекеттік лицензияда болса да ол өзіндік басымдылықты жоғалтпайды. Тек АҚШ-та ғана радио жеке компаниялар қаржыландыру көзі – абонентті төлем ғана емес және мемлекеттік демеу қаржы жүргізіледі. Бірқатар мемлекеттер (Жапония, Австралия, Канада, Ұлыбритания) аралас жүйе бар: ол мемлекеттік және коммерциялық хабар тарату қызметі. Мәселен, Еуропада (Люксембург) ең ірі музыкалық-ойын-сауық коммерциялық «Люксембург» радиостанциясы жұмыс істейді.

Жергілікті станциялар көбіне өзіндік филиалдарын жабдықтауда шек қойып отырады – «жаңалық уақытын» – 5 минуттық ақпараттың 1,5 минутын жарнамаға алады. 7,5 мың радиостанциясы бар елдерде жарнама (шамамен 20-25% ақпарат уақытында), музыка, жалпы ұлттық жаңалықтар, жергілікті ақпаратпен қамтамасыз ете отырып береді. «Рок-н-ролл»

льды», «жолға арналған», «ұлттық» және басқа да музыкалық, сонымен қатар «ақпараттық» және «пикірталастық» (тыңдарманның қатысуымен өтетін телефон тәжірибелік шоу) станциялар бар. Коммерциялық радиолардың ең негізгі мақсаты – жарнамаға тапсырыс берушілерді ең көп аудиториямен қамтамасыз ету. Америкалық радиолардың жылдық жарнама табысы 1,2 млрд. долларды құрайды. Университеттік және коммерциялық емес мәдени-ағартушылық радиостанциялар (білім беретін жергілікті радио) аз ғана аудиторияны қамтып, коммерциялық радиолармен бәсекеге түсуге мүлдем қабілетсіз.

Ал дамушы елдердің Азия, Африка және Латын Американың радиосы – бұқаралық және жалпыға қолжетімді, білім тарататын ақпарат құралы. Осы елдердің көбі 30-40 жылдары радиоқызметтің тәуелсіз болуына дейін әкімшілік отар құрылған, яғни еуропалық компаниялардың құрылымын көшіру, қанаушы мемлекеттермен байланыс мақсатын күшейтуді қуалау, міне осыдан мемлекеттік үкіметтің материалды-техникалық хабар таратуды жаңартып қана қоймай, күшейтуге де тура келген. Негізгі хабар таратудың түрі – мемлекеттік. Коммерциялық радиостанциялар өте аз, олардың ішінде ең танымалы Шри-Ланка (Цейлон). Шри-Ланка оңтүстік-шығыс Азия қабылдаған, көңіл көтеруге бағытталған радио. Радиобағдарлама қызметінде 50% ұлттық музыка бағдарламалары қамтылды; қалған уақытта ақпараттық, қоғамдық-саяси, оқу-ағартушылық бағдарламалар қамтылады. Бірқатар мемлекеттерде ЮНЕСКО бастамасымен клубтарда ұжымдық топтар тыңдау үшін арналған (жеке гигиена, ауыл шаруашылығына, негізгі азаматтық құқыққа т.б. қатысты сұрақтар) ауылдық радиофорумдар құрылған.

Дамушы елдерде радионың қалыптасуына ЮНЕСКО және халықаралық ұйымдар көмек көрсетеді. Олардың ішінде бұрыннан келе жатқан – Халықаралық электр байланысы одағы (1865 жылы құрылған, штаб-пәтері Женева), негізгі міндетті қызметі радиожиліктің таратылуы. Одақ барлық мемлекетті біріктіреді. Социалистік мемлекеттер Халықаралық ұйымдар телеарна және радиоарна қатарына шығады, батыс-еуропа – еуропалық радио хабар тарату одағы (1950, әкімшілік орталық Женева, техникалық орталық – Брюссель). Ең ірі радио және телевидение халықаралық ұйымдар – Америкааралық хабар тарату ассоциациясы (1946), Африкалық радио және телевидение одақ (1960) және Азиялық радио хабар тарату одағы (1964).

Қазіргі жаһандық кезеңде радио өте танымал ақпарат құралы. Оның аудиториясы да өте ауқымды. Радио аудиториясын анықтау мақсатында көптеген зерттеулер жүргізілген. Соның бірі италияндық 690 радиостанцияның аудиториясының зерттелуі. Зерттеу барысында – қоғамдық, жеке, жергілікті – көрсеткендей, «жаңа тыңдармандар» – олар отандық радиоларды емес, көбінесе жеке станцияларын тыңдаушы жасөспірімдер екен. Италияда радионы күніне 26,5 млн адам орта есеппен алғанда 2 сағат 40 минут тыңдайды екен (салыстыру үшін: телеарнаны италяндықтар орта есеппен алғанда күніне 2 сағат 50 минут көреді).

Кез келген радио тақырыптық, жанрлық, стилдік тұрғыда ерекшеленеді. Радионың негізгі жанрларын ажыратып қарастыратын болсақ: ақпараттық қоғамдық-саяси (радиоақпарат, -репортаж, -комментарий, -интервью, -әңгімелесу); көркем-публицистикалық (радиоочерк, -фильм, -композиция); көркемдік (радиоқойылым, пьесса және т.б.). Радио сонымен қатар, әдеби және музыкалық шығармалардың барлық жанрын хабар таратуда пайдаланады; радиотеатр драматургиясына және опера спектакльдеріне арнайы бейімделген мәтіндер де пайдаланылады. Заманауи радионың пішіні – ақпараттық радио шығарылым, радиогазет, радиожурнал т.б. [5]

Салыстыру мақсатында көршілес жатқан Ресей мемлекетінің радиоарналарының қызметіне тоқталып өтсек. Владислав Смирнов «Радиовещание новой России: проблемы становления и функционирования, тенденции развития» атты мақаласында: «Егер бұрынғы кеңестік радионың бұқаралық ақпарат құралдары ретінде ең басты мақсаты: жаңа адамды тәрбиелеу, оны саналы түрде еңбекке баулу болса, ал қазіргі радионың негізгі мақсаты: өзінің аудиториясын ақпаратпен және ойын-сауық бағдарламалармен қамтамасыз ету» деген пікір айтқан.

Бұл пікір цензурасыз қоғамдық хабар таратудың қалыптасуынан пайда болған. Ресейде қосымша коммерциялық, жеке радиоарналардың қалыптасуы белсенді түрде жүріп жатты. 1991 жылы тек бір ғана Мәскеудің өзінде олардың 10 ашылды және жыл сайын олардың саны өсті (1992 – 21; 1993 – 27; 1994 – 33 станция). 2010 жылы Мәскеуде олардың 40-қа жуығы жұмыс істеді. Ең бірінші Санкт-Петербургте «Радио-Балтика» радиостанциясы (1991 қаңтар) жұмыс істеді. 1994 жылы Санкт-Петербург эфирінде мемлекеттік «ГТРК «Петербург – 5 канал» және «Радио Классика» музыкалық станциясынан

басқа тағы 8 коммерциялық станция жұмыс атқарды.

Жаңа ғасырдың алғашқы онжылдықтың соңына қарай Петербургте УКВ-диапазонында және FM-диапазонында 30 радиостанция жұмыс істеді. Ресейдің басқа да ірі қалаларында коммерциялық станция ашылды. 90-жылдың екінші жартысында нижний Новгород, Самара, Екатеринбург, Ростов-на-Дону қалаларында 4-6 радиостанция болды. 1994 жылы Ресейге коммерциялық радиоарналарға 400 лицензия берілді, ал 1998 жылы осындай 1500 лицензия тіркелді.

Коммерциялық радиостанциялардың ішінде тыңдарманы көп және ең танымал радиоарналар: «Русское радио», «Европа плюс», «Хит-FM», «Радио 7. На семи холмах», «Эхо Москвы», «Максимум», «Автордио», «Наше радио».

Шетелдік тәжірибеге және өзінің қаржылық деңгейіне қарай отырып, әркім өзінің қалауын, қолынан келгенін жасады. Шетелдік капиталдық негізді радиостанциялар пайда болды. Осылайша, бірлескен ресейлік-американдық капитал жұмыс станциясының негізінде «Максимум», «Радио 7. На семи холмах» құрылды. Еркін эфирде бұл тәжірибе: бәсекелестікте өзіндік жолда тек қана жағымды элементтерді ғана емес, сонымен қатар материалдық, экономикалық тиімділікке жету үшін талап – іс жүзінде бұл еркін нарық дәлелденген тәсілі болып табылады: корпорацияны кеңейту және жаңа холдинг бірлестігін құруды көрсетеді.

Билік өкілдері аудиторияға дұрыс бағытта тиімді әсер етулері үшін, қоғамдық хабар таратуды неғұрлым қатаң басқаруды талап етті. РФ 1998 жылы 8 мамырда Президенттің бұйрығымен «Мемлекеттік электрондық БАҚ бірыңғай өндірістік кешенінің қалыптастыру туралы» ВГТРК базасында бірыңғай мемлекеттік корпорация аудиовизуальдық БАҚ құрылды, оған барлық радио компаниялар, техникалық қызметтер, 99 аймақтық мемлекеттік телерадиокомпаниялар, аймақтарда мемлекеттік компания филиалы ретінде 110 радиотелеорталық кірді. Осы уақытқа дейін Ресейде телевизия және радио бойынша мемлекетте 1419 ақпарат таратушы органдар қызмет атқарады. Олардың ішінде – 292 мемлекеттік, 1103 – коммерциялық, қалғандары – қоғамдық.

Коммерциялық радио сферасында бірнеше ірі ақпарат таратушы корпорациялар қалыптасты: мультимедиялық холдинг «Медиа-мост» В. Гусинский (оған «Эхо Москвы» кірді), баспа-телерадиоконцентр Б. Березовский, оған

«Наше радио» кірді. Холдингтің қалыптасуы радио сферасында хабар тарату негізінде жүрді. Ең танымал станциялар: «Русское радио», «Европа плюс», «Эхо Москвы», «Ностальжи».

КОМКОН-2 қызметі 2000 жылдан бері бірнеше жыл аясында мәскеулік ірі радиостанцияларға элеуметтік бағдарламалар, оның ішіне аудиторияны зерттеу, контент, станцияның музыкалық бағыты бойынша зерттеу жүргізді. Бұл зерттеудің нәтижесі: кейбір радиостанциялар «өзгермелі форматы» бар, басқалардың форматтарына кіру (музыкалық шекарасына) элементтері бақыланды, аудиториядағы топтар жас ерекшелігіне қарай ауысады – олар жергілікті, тар бола бастайды.

Осылайша, радио тыңдаушылардың түрлі топтарының қатынасы аудитория ортадағы өзгерістерді танытуға: алынған мәліметтерде материалдық, мәдени сипаттамасы, оқытуы қарастырылады.

Сонымен, соңғы онжылдықта Ресейде жаңа радиохабардың қалыптасуында екі негізгі тенденция пайда болды: қоғамдық хабар тарату орталықтандыру және коммерциялық радио станциялар өсуіне байланысты, хабар тарату холдингтер мен эфир желісінің кеңеюі, бұл процестер радиорыноқта сәтті жұмыс істеуіне көмектесті. Аудиторияны зерттеу ең маңызды болып саналады. Кеңестік кезеңде аудитория енjar объект ретінде қабылданды, оны «тәрбиелеу» керек болды, ең бірінші кезекте – идеологиялық: тәрбиелеу, оқыту, үйрету... Қалыптасу процесінде цензурасыз радио аудиториясы белсенді субстанцияға айнала бастады, оны тек қана қарастырып қана қоймай, арнайы ескеру және олардың үміттерін, мүдделерін қанағаттандыру қажет болды. Тыңдармандар радионың қызметіне және хабар тарату сипатына әсер ете бастады. Бұл еркін радиожурналистиканың жаңа болмысы еді. Осы екі жетекші желілер де аудиожурналистикаға байланысады: тиісті функционалды – анықталған таратушылар және аудиторияның қабылдануына негізделген, мүдделерін түсінетін, олардың күтілімдері мен талаптарын қанағаттандыратын тікелей аудитория.

Екінші, Ресейдің радиоэфирінде мүлдем жаңа реформа, ол – жарнама. Хабар тарату мәселесін қайта құрылымдау кезеңінде мемлекеттік қаржыландырудан айырылған. Осылайша, мемлекеттік бағдарламалар, әсіресе жергілікті, өз еркімен бір ғана жол арқылы, яғни жарнама арқылы өз-өздерін қаржыландырды.

Радиоэфирде пайда болған жарнама, тек қана бағдарламаларды бұрмалап қана қоймай,

сонымен хабар тарату мазмұнының бүкіл ағынына әсер етті. Ақпарат сыртын тартымды қораппен орап, табысты сатуды көздейтін тауарға айналды. Бұл капиталды хабар таратудың басы болды. Ол бұқаралық аудиторияның ең жоғарғы талаптарына сай емес бағытында айтарлықтай ығысу болды. Эфирде қылмыстық жаңалықтар, деректер, эстрада жұлдыздарының жеке өмірлеріндегі құпиялар, кино, спорт, катастрофа туралы, оқиға болып жатқан жерден хабарлау, қақтығыс және т.с.с. Кейде радио жаңалықтарында жағымсыз ақпараттар берілді. Мысалы, «Радио России» – негізгі мемлекеттік канал, өзінің таңғы жаңалық бағдарламасында – «Вести» 2010 жылы 19 маусымда 12 сюжет берді. Оның ішінде 11-і – қылмыстық тақырыбы аясында.

Міне, бір ғана мемлекеттік радионың бір күнгі жағымсыз ақпараты осындай. Және осындай жаңалық топтамасы басқа да эфирден беріліп жатыр.

Ресейдегі өзекті мәселелердің бірі жарнама. 2002 жылы желтоқсан айында Ресей радиостанциясы мемлекеттік және мемлекеттік емес радиоарналардағы жарнамалардың берілу уақытын өлшеді (ұзақтығы секунд бойынша): 1. «Автордио» – 257015; 2. Радио «Максимум» – 196887; 3. «Эхо Москвы» – 188321; 4. «Европа плюс» – 186024; 5. «Динамит» – 189149; 6. «Русское радио»-2 – 94875; 7. «Радио тройка» – 87091; 8. «Радио России» – 39489; 9. «Маяк» – 33263. Зерттелген барлық 20 радиостанция бір айда 2807 683 секунд жарнамаға алынған.

Ресейдің мемлекеттік радиоарналары:

«Ресей даусы (Голос России)» – мемлекеттік радиохабар компаниясы. 1929 жылдың қазан айынан бастап жұмыс істеуде. Ресей федерациясының үкіметі қаржыландырады. Радиоарнаның мақсаты – әлемдік қоғамды Ресей өмірімен таныстыру, оның әлемдік оқиғаға деген көзқарасы, әлемде Ресей бейнесін жағымды қырынан қалыптастыру; шетелдік отандастармен өзара байланыс орнату; орыс мәдениетін және орыс тілін дәріптеуге көмектесу.

Мемлекеттік хабар тарату компаниясы «Ресей радиосы (Радио России)» – елдегі маңызды мемлекеттік радиоарна. Алғашқы дабылы 1990 жылдың 10 желтоқсанында шықты. «Ресей радиосы» елдегі ең қуатты радиосигналды 1100 таратқышқа иемденеді. «Ресей радиосы» барлық аймаққа, сонымен қатар Интернетте ұзын, қысқа, ультрақысқа толқындар шығарылады. «Ресей радиосы» техникалық мүмкіндіктерін Ресейде 143 миллион адам және 50 миллионнан

астам іргелес мемлекеттер қабылдай алады. Бүгінгі күні «Ресей радиосы» – елдегі бірден-бір жалпы форматты федералдық радиостанция. Радио өнімнің барлық түрін – ақпараттық, қоғамдық-саяси, музыкалық, әдеби-драматургиялық, ғылыми-танымдық, балаларға арналған бағдарламаларды қамтиды. Эфирде 174 түпнұсқалық бағдарлама беріледі. Тәулік бойына хабар таратылады.

«Маяк» – тәулік бойына хабар тарататын ең беделді, бұрыннан келе жатқан мемлекеттік ақпараттық-музыкалық станция. Көп жылдан бері «Маяк» елдегі маңызды ақпарат тарататын бірден-бір оперативті радио. Станция форматын жаңартқанымен, ол өзіндік хабар таратуда негізгі қағидаларын сақтап қалды. Жаңалық шығару бұрынғыдай жарты сағаттық аралықта беріледі. Қалған уақыт қызықты танымдық бағдарламалар, арнайы авторлық жобалар, интерактивті ойын-сауық блоктар және ең бастысы музыкамен қамтылады.

«Орфей» – Ресейдегі академиялық классикалық музыка тарататын жалғыз радиоарна. «Орфей» Еуропалық хабар тарату одағының (ЕВU) мүшесі және Әлемдік заманауи композиторлар Трибунасында Ресейді ЮНЕСКО-ға танытады.

«Жұлдыз (Звезда)» радиостанциясы хабар тарату жұмысын 2005 жылдан бастады. «Жұлдыз» – бұл заманауи музыкалық-әңгімелесу радиостанциясы. Радио отаншылдық әскери тақырыптарға ерекше назар аударады. Эфирде ақпараттық-танымдық бағдарламалар, тарихи аудиокітаптар, 80-90 жылдардағы музыка, уақытылы жаңалық шығарылымы беріледі. «Жұлдыз» радиостанциясын Ресейлік 13 аймақ тыңдайды. Радиостанцияның бірегей бағдарламасы өзіндік өнім, өзіндік шығарылым – танымдық кезең бағдарламасы. Бұл бағдарлама Ресей тарихына, өлкетануға, әскерге байланысты. «Жұлдыз» – кешкі және түнгі эфирде кітап оқылуын: «Қысқа әңгімелеу уақыты (Час короткого рассказа)», «Түнгі радиокітап (Ночная радиокнига)» бағдарламаларында тарихи және әзіл-оспақ әңгімелер, қызық оқиғалы роман, майдан хабары, ресейлік және шетелдік әдеби классикасын тыңдауға болатын бірден бір радио.

«Радонеж» діни радиостанциясы 1991 жылдан бастап эфирге шықты. Содан бері «Радонеж» радиосы әсерлі және танымал діни бұқаралық ақпарат құралына айналып, Ресейлік Православие шіркеуінің даусына айналды. «Радонеж» радиосы эфирге аптасына жеті күн, тәулігіне төрт сағат шығады. [7]

Ресейдің хабар тарату жұмысының тағы бір өзекті мәселесі жылдар бойына қалыптасқан ең үздік бағдарламаларды жоғалту. Эфирде көркем-публицистикалық жанрдың аз көрсетілуі, бұл жанрдың байлығы дыбыс, балалар хабарына негізделу, деректі-тарихи композиция, радиопьеса...

Тағы бір мәселе: мемлекеттік хабар таратуға эфирлік уақыттың басым бөлігі беріледі, көбіне билік өкілдерінің мүдделері мен ұстанымдары көрсетіледі.

Бірақ адамдарға ауыр сынақтардан, дағдарыстардан, ертеңгі күнге деген сенімсіздіктен арылу, өзіне деген сенімділікті туғызу, мемлекеттің дамуы, жарқын болашақ үшін жағымды ақпарат қажет. Осындай тәжірибеге Америка Құрама Штаттарының радиохабарының тарихы ие. 30-жылдары депрессия кезінде Президент Рузвельт, мемлекетін дағдарыстан шығару үшін радио мүмкіндіктерін Америка халқының үнжұрғасын көтеру мақсатында пайдаланды. Байланыс бойынша Федералды комиссия жұмыс істеді, оның мүшелерін өзі сайлады және оның мәртебесі министр мәртебесінен жоғары болды. Ол хабар таратуды реттеп отырды.

Әлемдік радио тарихының мұрасы, Рузвельт жүргізген «Беседы у камина» отандастарын ынталандыруға тырысады, өздерінің күшіне сенім ұялатады, шешімдерінің дұрыстығына сендіреді. Осыған орай белгілі америка радиожурналисі Майкл Кийт: «Микрофон алдында шыншыл, ақылды, өзіне сенімді адам сөз сөйледі» – деп жазады кітап авторы.

Әрине, бұқаралық ақпарат құралы ретінде радионың атқарар қызметі орасан. Радионы тек қаржы табу көзіне айналдыру дұрыс жол емесі анық. Дегенмен, қазіргі қоғамда барлығы қаржы мәселесіне байланысты болғандықтан мұның басқа шешімін табу өте қиын. Радионы түбегейлі қаржы табу көзіне айналдырмай, оның халыққа деген рухани азық беретін құрал екенін есте сақтау керек. Радио рухани, мәдени мәселелерге назар аударып, өзінің басты қағидасы етіп қойғаны абзал. Осындай мәдени жаңалыққа бет бұрып, оны сауатты халыққа жеткізу жолын көздегенде ғана жаһандық радионың қажеттілігі сақталмақ.

Ал қазіргі радиохабар қандай оң, маңызды, қызықты өзгерістер алып келді? Ең алдымен техника жағынан бастайық: соңғы жиырма жылдың ішінде радио технологияны тарату және қабылдау айтарлықтай жақсарды. Жаңа ауқымдар игерілді, әсіресе тиімді – FM – тол-

қыны, кеңістік және сандық хабар тарату қорларын игерген, радио Интернетке келді. Бұл өзгерістер өзіндік жағымды әсерін тигізді. Радионың жеткен жетістіктері мен табыстары ең бірінші кезекте хабар тарату көзқарасының тыңдаушыларының қажеттілігімен байланыста болу және сөз бостандығының болуы. Әр түрлі топ аудиториясының сұраулары бойынша түрлі радиостанция, әр түрлі форматтар және хабар тарату ұғымдар мен модельдер қалыптасады. Эфирді толтыру ретінде, мамандандыру жаңа радиостанцияларды құруды айқындаушы факторы болды. Даму екі негізгі бағыт бойынша келді: әлеуметтік-ақпарат («Эхо Москвы», «Возрождение», «Надежда») және музыкалық – ойынсауық («Европа плюс», «Русское радио», «Деловая волна»).

Радио белсенділік танытатын, аудитория жинайтын бұл әрине музыка. Ең танымал музыкалық формат: қазіргі заманғы танымал музыка, ұлттық, рок-музыка, батыстық ретро-музыка, «естелік музыкалар», альбомды рок, жеңіл музыка, бәріне арналған музыка.

Ерекше танымалдыққа ие болған «Русское радио» эфирде тек орыс тілінде музыкалық шығармаларды береді және «Шансон», «Ретро» радиостанциялары өткен жылдардың ең үздік әндерін береді.

Радиодағы ең басты жетістіктердің бірі авторлық радиопубликациялардың пайда болуы. Бұл авторлық бағдарламалардың жүре бастауы радио тілінің дамуына өзіндік үлес қосты.

Жаңа хабар тарату пайда болғаннан бастап «жазбаша мәтіндер» өткеннің еншісінде қалды. Радио өзінің табиғи мәніне жақындады – диалогтық, сөйлеуге жақындады. Ол ауыр (әсіресе әдеби жағынан) жанрдан, ауызша қарым-қатынас жанрына кете бастады («Авторрадио», «Love радио»).

Телеарна мен радиоарнада сөйлеу мәдениеті өте маңызды және өзекті. Ол редакторларды, дикторларды, комментаторларды, корреспонденттерді, шолушыларды, актер-орындаушыларды – эфирде жаңалықтардың шығуына қатысы бар адамдардың барлығын толғандыруы қажет. Дегенмен, сөз мәдениетінің жоғары болуы, сөзсіз дикторға тәуелді. Оның сөзі әдеби сөйлеудің дұрыс үлгісі болуы керек. Ол сөзге ілтипатпен, ұқыптылықпен қарауға міндетті.

Сөзге қамқорлық – өте нәзік, еңбекті көп қажет ететін, жан-жақты жұмыс. Сөз – ол құрал. Нақты және әмбебаптық құрал. Міне, сөзге деген осындай қарым-қатынасты әрбір радиожурналист өзіне қалыптастыруы қажет.

Радио – бұл бұқаралық ақпарат құралдарының ішіндегі өте жылдам және аз шығынды қажет ететін құрал. Радиода жұмыс істеу дегеніміз – тек қана жазу емес, ол мәтіннің айтарлықтай түсінікті, қарапайым және тыңдарманға ұғымды болуы, тіл мәдениетін дұрыс пайдалана алуы. Сөз тәсілдерін журналист өз жұмысында қолдануы керек. Жалпы, журналист ғылыми теорияға сүйене отырып жұмыс атқарса, радиоөнімнің сапасы артатыны анық. Сонымен қатар журналистің тілге

деген құрметі, сыйластығы мен сүйіспеншілігі де маңызды орын алады. Радио – сөз құралы. Сөзге деген журналистің қатынасы жоғары және кәсіби деңгейде болуы шарт. Радио – журналистиканың мәні, оның ең таза нақтылы түрде көрсетілуі – баспасөз әдебиетпен тығыз байланыстылығы және сөздің қолданылуы. Радионың таңғажайыптығы – адам дауысы, сөздің қолданылуы, оның интонациясы, оның күлкісі мен көз жасы, әлемнің дыбысы, музыка, табиғат дауысы...

Әдебиеттер

- 1 Польш Л. Сопер. Основы искусства речи. – 2002.
- 2 Мельников Г.С. Общение в журналистике: секреты мастерства. – Питер, 2006.
- 3 Ситников В.П. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радиовещание. – М., 2005.
- 4 Цвик В. Журналист с микрофоном. – Москва, 2000.
- 5 <http://dic.academic.ru>
- 6 <http://www.bolshoyvopros.ru>
- 7 <http://sezador.radioscanner.ru>

References

- 1 Paul L. Soper . Basics of art speech. – 2002.
- 2 Melnikov G.S. Community journalism: tricks of the trade . – Peter, 2006.
- 3 Sitnikov VP Technique and technology media: print, television , radioaschanie. – M., 2005.
- 4 Zwick W. Journalist with a microphone. – Moscow, 2000
- 5 <http://dic.academic.ru>
- 6 <http://www.bolshoyvopros.ru>
- 7 <http://sezador.radioscanner.ru>