

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЦЕНТР ЗАОЧНОЇ, ДИСТАНЦІЙНОЇ ТА ВЕЧІРНЬОЇ ФОРМ НАВЧАННЯ

*Кафедра журналістики та філології*

**АВТОРСЬКА РАДІОПРОГРАМА: ДОБІРКА МАТЕРІАЛІВ**  
**The authorial broadcasting program: a selection of materials**

Кваліфікаційна робота  
освітнього рівня «бакалавр»  
студентки спеціальності  
«Журналістика»,  
освітньої програми «Журналістика»,  
групи ЖТз–61с  
**Турлевська Аліна Валентинівна**

Науковий керівник:  
**Ткаченко Олена Григорівна,**  
проф., д. філол. наук

Суми 2020

Турлевська, А. В. Авторська радіoproграма: добірка матеріалів [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр ; спец. : 061 – журналістика / А. В. Турлевська ; наук. керівник О. Г. Ткаченко. – Суми : СумДУ, 2020. – 23 с.

У роботі представлено проект авторської радіoproграми «Святкуймо разом!».

Ключові слова: радіо, радіoproграма, радіопередача, авторська радіoproграма.

## ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	4
ВСТУП.....	4
1. Обґрунтування необхідності створення інформаційного продукту.....	6
2. Специфікація продукту.....	8
2.1. Структура та технічні характеристики інформаційного доробку.....	8
2.2. Авторська ідея інформаційного продукту.....	8
2.3. Загальна характеристика особливостей підготовки програми «Святкуймо разом!».....	9
2.4. Специфікація аудиторії.....	11
2.5. Програмні та технічні засоби.....	11
3. Список використаних джерел.....	12
II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ.....	13
ВИСНОВКИ.....	22

# I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

## ВСТУП

У структурі сучасних мас-медіа радіо залишається найбільш оперативним. Його технічні можливості дозволяють без додаткової підготовки виходити в ефір з будь-якої частини земної кулі з розповіддю про подію або явище будь-якого характеру вже на початку цієї події. Завдяки таким природним властивостям, як всюдисущість, максимальний ступінь оперативності, популярність радіо у «вік телебачення» не зменшилася.

Про те що радіо залишається одним із найбільш затребуваних, свідчить його популяризація у закладах вищої освіти. Не є винятком у цьому плані й радіо Сумського державного університету. Воно почало функціонувати з 2010 року. І саме студенти кафедри журналістики та філології стали тими, хто наповнював його ефіри.

Одним із найважливіших компонентів радіомовлення є авторська радіопрограма.

Неабияку роль з-поміж авторських програм відіграють передачі на освітньо-пізнавальну тематику. Саме такі програми дають можливість дізнаватися певні цікавинки, отримувати додаткові знання. На нашу думку, освітньо-пізнавальні радіопередачі повинні посідати одне з головних місць в ефірі студентських радіостанцій.

Отже, створення авторської освітньо-пізнавальної програми для студентського радіо є **актуальним**.

**Мета роботи** – створити проект авторської освітньо-пізнавальної радіопрограми.

Реалізація мети передбачає виконання таких **завдань**:

- обґрунтувати необхідність створення освітньо-пізнавальної радіопрограми;

- описати специфікацію продукту – структуру та технічні характеристики, авторську ідею, особливості роботи над програмою, цільову аудиторну групу передачі, технічні та програмні засоби;
- створити та презентувати інформаційний доробок.

**Новизна** роботи полягає в тому, що створений проект авторської пізнавально-розважальної програми, яка надалі може стати частиною контенту радіо СумДУ.

# 1. ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

На сьогодні немає єдиної класифікації радіопрограм. Спробу класифікувати радіопроеграми здійснили О. Гоян [2], В. Лизанчук [4; 5], П. Мірошниченко [6; 7] та І. Пенчук [8].

Однією з найпоширеніших є класифікація О. Гояна. Науковець виділяє інформаційні, інформаційно-аналітичні, інформаційно-публіцистичні, культурно-просвітницькі, пізнавально-розважальні, дитячі, спортивні та ігрові радіопроеграми [2, с. 124].

Як зазначає П. Мірошниченко, «серед типів сучасних авторських програм музично-інформаційного радіо кількісно переважає розважально-пізнавальний продукт» [6].

Пізнавально-розважальні програми становлять основну частину контенту студентських радіостанцій.

Так, наприклад, на Radio BG (студентське інтернет-радіо Київського університету імені Бориса Грінченка) представлено такі радіопроеграми: «Лінія довіри: дамо раду», «Справа Двох», «Ранковий Настрій», «MediaKoma», «В Шоу Біз Без Віз», «Невигадані історії», «П'ять по п'ять», «#ШоПоТрендах», «АртХаб», «[Не]Експертно: література», «Пісковий годинник», «Зіркові інтерв'ю», «Vox populi» та ін.

З-поміж зазначених вище програм лише дві належить до музично-розважального типу – це радіопередачі «Ранковий Настрій» та «В Шоу Біз Без Віз».

Передача «Пісковий годинник» являє собою літературно-драматичний тип програм. У ній можна почути постановки літературних творів.

Програма «Невигадані історії» – це інформаційно-публіцистичний тип програми. У передачі йдеться про життєвий шлях конкретної людини, крізь призму якого можна дізнатися про історію, культуру нашої країни.

Усі інші розглянуті програми належать до пізнавально-розважальних програм. Вони мають різноманітну тематику.

Наприклад, програма «Лінія довіри: дамо раду» – це передача на психологічну тематику. В ефірі можна почути історії студентів та поради психолога.

Передача «MediaKoma» присвячена розповідям про все, що пов'язане з медійною діяльністю.

«П'ять по п'ять» – це обговорення суспільно-важливих тем. Наприклад, комп'ютерна залежність тощо.

Програма «#ШоПоТрендах» – це добірка цікавинок-лайфхаків.

«[Не]Експертно: література» – програма, на яку запрошують фахівців різних галузей (філософів, медиків та ін.) та обговорюють з ними нагальні теми.

«Vox populi» – передача у форматі бліц-опитування, в якій автори намагаються дізнатися думку респондентів з приводу порушеного питання.

Отже, як бачимо, головне місце в ефірі студентських радіостанцій займають освітньо-пізнавальні програми. Вони дають можливість у легкій та доступній формі ознайомити слухачів із тими цікавими подіями, фактами, які відбуваються у світі загалом або в певній галузі зокрема, у житті суспільства в цілому або конкретної людини зокрема.

Вважаємо, що радіо СумДУ потребує програм на пізнавально-розважального формату. Створення проекту такої програми є актуальним.

## **2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ**

### **2.1. Структура та технічні характеристики інформаційного доробку**

Нами створено три програми «Святкуймо разом!». Вони подані у вигляді сценаріїв.

У разі успішного захисту пропонуваній проект може бути реалізований на «Радіо СумДУ».

Планується, що програма «Святкуймо разом!» буде представлена в ефірі у форматі «програми в запису». Це зумовлено технічними характеристиками «Радіо СумДУ»

Сценарії презентованих радіопрограм виконані на 9 аркушах у програмі Microsoft Word 14 розміром Times New Roman полуторним міжрядковим інтервалом.

На захист виносяться такі випуски радіопрограм:

1. «Святкуймо разом!» – «День рекламіста».
2. «Святкуймо разом!» – «День еколога».
3. «Святкуймо разом!» – «Свято 8 Березня».

Загальна тривалість радіопрограм «Святкуймо разом!» має становити 30 хвилина.

Середня тривалість кожної програми – 10 хвилин, однак можуть бути більші та менші за обсягом програми.

### **2.2. Авторська ідея інформаційного продукту**

Програма «Святкуймо разом!» – авторський проект на «Радіо СумДУ».

Авторською програмою (передачею) є твір (програма, цикл програм) для електронної преси, при якому журналіст бере безпосередню участь в



конструюванні та випуску цього твору, добору теми, матеріалу та інформаційного приводу для нього [3, с. 21].

Наша передача має на меті донести до аудиторії цікаві факти про історію свят, цікаві факти, пов'язані з цими святами. Усі випуски передачі планується прив'язувати до тих свят, які неодмінно стосуються студентства. Це свята, що є професійними (наприклад, День журналіста, День рекламіста, День медичного працівника, День еколога, День енергетика тощо), і ці професії представлені в СумДУ. А також загальноукраїнські та міжнародні свята (наприклад, День закоханих, День студента, Міжнародний день обіймів та ін.).

В основі концепції – розповідь про свято, про все те цікаве, що з ним пов'язане, поради, запрошення до студії гостей, бліц-опитування.

Планується, що програми звучатимуть у відповідні святкові дні.

Назва програми добиралася відповідно до її формату та тематики.

Умови сприймання та типи слухання диктують нам формат радіовипусків. Зрозуміло, що під час роботи слухачі не готові сприймати аналітику. Тому ми зробили ставку на інформаційно-пізнавальний формат.

### **2.3. Загальна характеристика особливостей підготовки програми «Святкуймо разом!»**

На початку кожної програми звучить привітання: «Привіт усім слухачам Сумського державного університету! Вас Вітає радіопроект «Святкуймо разом!»! У студії – ведучий 1 та ведучий 2». Воно незмінне.

Далі звучить заставка: «Від сесії до сесії живуть студенти весело», – хто не знає цього афоризму? Студенти завжди прагнуть свята. Але не завжди знають, що можна святкувати. Любите відзначати свята, але не знаєте які? Тоді ми розкажемо. Слухайте програму «Святкуємо разом!». З нами ви дізнаєтеся про найцікавіше. Будьте на хвилі позитиву, адже немає причин для негативу!». Вона також незмінна, бо є ідентифікатором програми.

Потім йде розповідь про історію свята й цікаві факти, пов'язані з ним.

Планується, що інколи до студії будуть запрошуватися гості, які можуть розповісти про свято, особливо, якщо воно професійне. Вважаємо, що це мають бути студенти.

Обов'язковим елементом кожної програми є бліц-опитування. Планується опитувати студентів, як вони будуть святкувати, що будуть дарувати, чи знають про особливості професій, представники яких відзначають своє професійне свято тощо.

Плануємо використовувати 4–5 коментарів. Ця кількість голосів допоможе почути оптимальну кількість різних думок, але в той же час не перевантажувати слухача.

Опитування слід монтувати, чергуючи чоловічі та жіночі голоси. Це треба для того, щоб на радіо вони не зливалися і можна було зрозуміти, що звучать думки різних людей. Лише тоді, коли свято стосується конкретної статі, інтерв'ю беремо у представника протилежної статі. Як, наприклад, у програмі, присвяченій святкуванню 8 Березня.

Наприкінці програми обов'язково звучить привітання.

Відповідно до концепції програми, її мають вести два ведучі. Найкращий варіант – це чоловічий та жіночий голоси. Таке парне ведення використовується спеціально, щоб не було монотонності у поданні інформації, програма звучала динамічно.

Ми плануємо мінімальне використання музичних елементів. Музичний супровід має використовуватися на початку та наприкінці програми. Основна частина передачі має звучати без музичного фону. Це зумовлено тим, що участь у програмі беруть двоє ведучих, а надмірність звукових елементів буде перенавантажувати її слухове сприйняття.

## **2.4. Специфікація аудиторії**

Аудиторія «Радіо СумДУ» – це студенти, викладачі та інші працівники університету. Наша програма буде цікава усім групам слухачів цього медіа. Проте основна цільова аудиторна група – це студенти. Саме цим фактом зумовлені тематичні особливості матеріалів, особливості подання інформації.

## **2.5. Технічні та програмні засоби**

### ***Програмні засоби***

Під час монтування радіопрограм ми плануємо використовувати програму Adobe Audition. Вона дає можливість видаляти зайві шуми, чистити та корегувати звуки, налаштовувати тон звучання.

Adobe Audition сприймає багато форматів файлів. Йому під силу як імпортування аудіо, так і його експорт (збереження) в різних форматах. Вона працює з таким переліком форматів: AIFF, AIF, MP3, VOC, WAV, WMA та ін.

### ***Технічні засоби***

Для запису радіопрограм ми плануємо використовувати і такі технічні засоби: диктофон, мікрофон, комп'ютер, навушники, флешку.

### 3. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова О. В. Радіожурналістика : навч.-метод. посіб. / О. В. Антонова, О. О. Кулініч. – Луганськ : Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2012. – 238 с.
2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підруч. / О. Я. Гоян. – Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 190 с.
3. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста [Электронный ресурс] / Г. В. Лазутина. – Режим доступа : [http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com\\_remository&Itemid=108&func=startdown&id=120](http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=startdown&id=120).
4. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підруч. / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
5. Лизанчук В. Радіожурналістика – засади функціонування [Електронний ресурс] / В. Лизанчук. – Режим доступу : <http://nps.clan.su/load/4-1-0-8>
6. Мірошніченко П. Авторське радіомовлення в Україні: спроба типологізації / П. Мірошніченко // Діалог: медіа-студії : зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. О. В. Александров та ін. – Одеса : Астропринт, 2010. – Вип. 11. – С. 74–80.
7. Мірошніченко П. В. Типологія сучасних авторських радіопрограм / П. В. Мірошніченко // Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації». – 2010. – № 4. – С. 60–63.
8. Пенчук І. Л. Види радіомовлення : навч. посіб. / І. Л. Пенчук. – Запоріжжя : Гуманітарний університет «Запорізький інститут державного та муніципального управління», 2004. – 274 с.
9. Радіожурналістика : учеб. / под ред. А. Шереля. – Москва : Изд-во Московского ун-та, 2000. – 400 с.

## II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

### СВЯТКУЙМО РАЗОМ!»

(«День рекламіста»)

**Ведучий 1:** Привіт усім слухачам Сумського державного університету!  
Вас Вітає радіoproграма «Святкуймо разом»!

У студії – Аліна Турлевська та Анастасія Новікова.

«Від сесії до сесії живуть студенти весело», – хто не знає цього афоризму? Студенти завжди прагнуть свята. Але не завжди знають, що можна святкувати. Любите відзначати свята, але не знаєте які? Тоді ми розкажемо. Слухайте програму «Святкуємо разом!». З нами ви дізнаєтеся про найцікавіше. Будьте на хвилі позитиву, адже немає причин для негативу!

**Ведучий 2:** Ця професія – одна із найдивніших та найнесподіваніших у світі. Цих людей можна порівняти з чарівниками, бо саме вони змушують мріяти, фантазувати і купувати те, що інколи нам не потрібне. Здогадалися, хто це?

**Ведучий 1:** Ой, здається, так. Це ж рекламісти!!!

**Ведучий 2:** Так, саме вони. І сьогодні рекламісти, та й не тільки вони – а й маркетологи, піарники, відзначають своє професійне свято. Тож згадаємо про його історичні витoki.

**Ведучий 1:** Я знаю, що реклама виникла дуже-дуже давно – ще за часів античності. До речі, слово «реклама» має від латинське походження і перекладається як «викрикувати». Торговці на ринках кричали, зазиваючи подивитися й придбати їхній товар. Це і стало прapочатком реклами. Сформувалася ж реклама як жанр наприкінці 19 століття. В Україні вона почала активно розвиватися зі здобуттям незалежності.

**Ведучий 2:** А чи знаєш ти, коли ми почали відзначати День рекламіста? І чому саме в цей день?

**Ведучий 1:** Уперше в нашій країні ми відзначили День рекламіста у 1994 році. А от чому 23 жовтня, і досі не відомо. Ходять усілякі легенди, проте вони не підтверджені фактами. За однією із версій один із відомих рекламістів згадав, що перше своє рекламне замовлення отримав саме 23 жовтня. Він запросив друзів відсвяткувати цей знаменний для нього день. Коли ж ті почали запитувати про привід, то відповів, що вони відзначають .... День рекламіста... З того часу День рекламіста почали святкувати саме 23 жовтня.

**Ведучий 2:** А що ти цікавого знаєш про рекламу?

**Ведучий 1:** Щорічно на рекламу витрачається понад 500 мільярдів доларів. Уяви собі!

**Ведучий 2:** Ого! Шалені гроші!!!

**Ведучий 1:** Найкращими рекламними кампаніями за 100 років визнані реклама Соса-Colu.

**Ведучий 2:** Пам'ятаю-пам'ятаю: «Свято наближається, свято наближається...» *(співає)*.

**Ведучий 1:** M&M's...

**Ведучий 2:** Така-так! Пам'ятаю! «M&M's – відпадні, шоколадні!».

**Ведучий 1:** McDonald's.

**Ведучий 2:** «Я це люблю!!!» *(співає)*.

**Ведучий 1:** Nike.

**Ведучий 2:** Ой! У них просто крутющий слоган! «Просто зроби це!»

**Ведучий 1:** А ще «Energizer», «Apple», «Red Bull», «Marlboro».

**Ведучий 1:** А я подивилася багато фільмів про рекламістів і можу поділитися враженнями про деякі з них.

**Ведучий 2:** Цікаво!

**Ведучий 1:** Отож! Усім, хто цікавиться рекламною діяльністю, раджу подивитися фільм «99 франків». Він знятий за популярним романом Фредеріка Бегбедера, який працював свого часу в рекламному агентстві і знає усю рекламну «кухню». «99 франків» – це гостра сатира на рекламний

бізнес. Головний герой Октав Паранго, який є успішним рекламистом і працює у відомій рекламній компанії, вважає, що все у світі можна продати. Навіть людське життя. Проте його життя складається таким чином, що він пішов проти правил, які ж створив у рекламному бізнесі.

А ще раджу подивитися фільм «Сімейка Джонсів». У маленьке містечко приїжджає сім'я Джонсонів. Вони одразу стають улюбленцями місцевих мешканців, які намагаються на них рівнятися в усьому. Але Джонсони насправді – це не родина, а співробітники маркетингової компанії. Вони рекламують свою ідеальну родину, ідеальні стосунки, а разом із тим – і численні товари, продукцію, якими користуються. Але, врешті-решт, маркетинговий проект був викритий.

**Ведучий 2:** Зацікавила! Неодмінно перегляну. Знаєш, у мене склалося таке враження з цих фільмів, що рекламисти – це професійні обманщики, ошуканці. Чи справді це так? Чи всі думають так, як я?

**Ведучий 1:** Мабуть, варто запитати в студентів, хто ж такий рекламист і які професійні риси він повинен мати?

**Синхрони.**

**Ведучий 1:** Думки студентів ми почули. Тож рекламист – це не професійний обманщик. Це креативна людина. Я маю багато друзів-рекламистів. Вони дійсно активні, креативні.

**Ведучий 2:** А ми вітаємо усіх, хто навчає мистецтву реклами та навчається її основам, хто збирається вступати на спеціальність «Реклама і зв'язки з громадськістю» з професійним святом! Зичимо, щоб із Вами завжди були креативність, ніколи не покидали фантазія, геніальні ідеї. А ще бажаємо здоров'я, активності і, звичайно, продуктивності!

## «СВЯТКУЙМО РАЗОМ!»

(«8 Березня»)

**Ведучий 1:** Привіт усім слухачам Сумського державного університету!  
Вас Вітає радіопроеграма «Святкуймо разом»!

У студії – Аліна Турлевська та Анастасія Новікова.

«Від сесії до сесії живуть студенти весело», – хто не знає цього афоризму? Студенти завжди прагнуть свята. Але не завжди знають, що можна святкувати. Любите відзначати свята, але не знаєте які? Тоді ми розкажемо. Слухайте програму «Святкуємо разом!». З нами ви дізнаєтеся про найцікавіше. Будьте на хвилі позитиву, адже немає причин для негативу!

**Ведучий 2:** Це свято асоціюється з пробудженням природи, ніжністю, першими весняними квітами, жіночою красою... Здогадалися? Так, це Міжнародний жіночий день – 8 Березня! Але цього не можна сказати про історію свята. У 1910 році за ініціативи активістки міжнародного руху, Клари Цеткін, 8-ме березня було проголошене як Міжнародний день жінки-революціонерки. Дехто вважає 8-ме березня днем народження «жіночого пролетаріату».

**Ведучий 1:** Революційний настрій свята зник, однак залишилося найприємніше – вітання головних героїнь з Міжнародним жіночим днем. Отож, чоловіки, вмикайте фантазію!

**Ведучий 2:** Звісно, що восьмого березня без квітів нуу просто не обійтисся! Чоловіки, у цей день подаруйте квіти своїм найріднішим жінкам, і таким чином ви висловіте мову ваших почуттів.

**Ведучий 1:** Якщо хочете сказати своїй дівчині: «Я тебе кохаю!», подаруйте букет червоних троянд. Подарувавши червоні та білі троянди у одному букеті, ви підкреслите душевну та почуттєву єдність з дівчиною. Помаранчеві або коралові троянди висловлять ваші потаємні бажання. Рожеві – вкажуть на те, що ви від кохання на сьомому небі.



**Ведучий 1:** Також мовою любові заговорять до вашої обраниці червоні хризантеми, тюльпани. Маргаритки зроблять комплімент красі вашої дівчини чи дружини. А елегантні квіти лілій промовлять, що краса вашої обраниці просто приголомшуюча. Фіалки заговорять про щире прив'язаність та симпатію до жінки.

**Ведучий 2:** До речі, обравши букет, зробіть невеличку вітальну листівку з компліментами. Це на той випадок, якщо ваша дівчина не зрозуміє мову квітів. Такий букет можна залишити під дверима коханої або непомітно принести їй на роботу чи в університет, де вона навчається.

Текст листівки може бути різноманітний... Ну, приблизно десь так: «Ці квіти для моєї єдиної, ніжної та прекрасної квітки». І підпис. Або ж : «Для моєї хризантеми, фіалці моїх бажань, троянді моєї душі, орхідеї моїх мрій. Підпис – Твій Кактус!» Почуття гумору дівчина обов'язково оцінить!

**Ведучий 1:** Отож, одна частина подарунку – готова! Однак не поспішайте! Восьмого березня жінки варті тільки найкращого. Тому не полініться вразити кохану своєю винахідливістю та оригінальністю. Роль головного подарунка може зіграти будь-що. Все залежить від того, наскільки ви відчуваєте бажання своєї обраниці. Незайвим буде навіть запитати, щоб вона хотіла отримати на це свято.

**Ведучий 2:** Будь-якій жінці восьмого березня приємно буде отримати прикраси. Однак подаруйте їх незвичайно. Наприклад, прикріпіть срібний або золотий кулончик до однієї з троянд вашого букету. А на вітальній листівці напишіть: «Чи чуєш ти, як б'ється моє серце?!» На мою думку, дуже чуттєвий подарунок...

**Ведучий 1:** Ммм..я згодна. Ще можна створити пазл з вашої фотографії. Спочатку оберіть фото, на якому ви разом. Придбайте оригінально оздоблену рамочку. А ввечері ви вже разом складете пазл вашого кохання. Пам'ятний подарунок, чи не так?? Замовити таке чудо можна у будь-якій фотостудії.

**Ведучий 2:** Уявляєш, такий подарунок я отримала минулого року. Я була дуууже задоволена. Так приємно отримувати щось оригінальне та незвичайне. Ще можна вразити свою кохану серенадою. Домовтеся з місцевим музикантами і заспівайте під балконом вашу улюблену пісню. До речі, ще краще буде, якщо пісню ви напишете самі з нагоди свята. Сльози щастя гантовані!

**Ведучий 1:** Якщо ви вирішили подарувати предмет побутової техніки, будьте уважними. Не можна допустити, аби у вашої дівчини склалося враження, що таким подарунком ви бажаєте показати основне призначення жінки – рутинне виконання хатніх справ. Ваш сюрприз повинен говорити про те, що Ви хочете подарувати їй більше вільного часу та зекономити її сили.

**Ведучий 2:** Парфуми, одяг, косметика – підступні подарунки. Якщо ви точно не знаєте вподобань коханої, ризикувати не слід. Однак, якщо володієте такою інформацією, подаруйте їх в особливий спосіб. Наприклад, парфуми можна оздобити квіткою відповідного аромату. Або запросіть відсвяткувати восьме березня в ресторані і, не акцентуючи увагу, подаруйте вечірню сукню, про яку вона мріяла.

**Ведучий 1:** Цікаво що ж будуть дарувати своїм коханим сильна половина нашого університету?

**Ведучий 2:** Зараз дізнаємося!

### **Бліц-опитування**

**Ведучий 1:** Отже, варіантів подарунків – безліч, однак для своєї половинки оберіть що-небудь ексклюзивне, те, що може оцінити тільки вона! Заінтригуйте своїх коханих! Дайте вихід своїй творчій енергії! Не скупіться на ніжні та пестливі слова. Нехай восьме березня буде вашим (ще одним) днем позачергового завойовування її серця! Адже ми, жінки, того варті! Зі святом, найкрасивіші, найрозумніші!!!

## «СВЯТКУЙМО РАЗОМ!»

(«День еколога»)

**Ведучий 1:** Привіт усім слухачам Сумського державного університету!  
Вас Вітає радіопрोगрама «Святкуймо разом»!

У студії – Аліна Турлевська та Анастасія Новікова.

«Від сесії до сесії живуть студенти весело», – хто не знає цього афоризму? Студенти завжди прагнуть свята. Але не завжди знають, що можна святкувати. Любите відзначати свята, але не знаєте які? Тоді ми розкажемо. Слухайте програму «Святкуємо разом!». З нами ви дізнаєтеся про найцікавіше. Будьте на хвилі позитиву, адже немає причин для негативу!

**Ведучий 2:** Сьогодні свято відзначають люди, чия професія – одна з наймолодших з-поміж усіх професій. Ці люди стежать за здоров'ям нашої природи, лікують її в разі потреби. Здогадалися, хто це? Так, це екологи.

**Ведучий 1:** Наприкінці 1972 року Генеральна Асамблея ООН проголосила, що 5-го червня людство буде відзначати День еколога, або Всесвітній день навколишнього середовища. Дата святкування була не випадковою. Саме 5-го червня відбулася Конференція ООН із проблем навколишнього середовища. Тобто Організація Об'єднаних націй заговорила про збереження довкілля на офіційному рівні.

**Ведучий 2:** Але, окрім цього дня, у світі також відзначають День Землі, Всесвітній день водних ресурсів, День заповідників, Всесвітній день дикої природи, Міжнародний день лісу, Міжнародний день птахів, Всесвітній день океанів, Міжнародний день гір та багато-багато інших.

А от в Україні є свій особливий день – це День довкілля. Його відзначають в третю суботу квітня.

**Ведучий 1:** Хто ж такі екологи, чим вони займаються, ми запитаємо в тих, хто вирішив отримати освіту за цією спеціальністю, тобто у студентів-екологів. До нас у студію завітали (іде представлення).

**Інтерв'ю.**

**Ведучий 2:** Дякуємо нашим гостям! Ми дізналися, хто такі екологи, чим вони займаються та про нові професії у світі екології.

**Ведучий 1:** Так! Професія еколога дуже важлива, затребувана часом. Я думаю, що її значення і роль будуть тільки зростати. І якщо деякі професії зникнуть, то ця – ніколи.

**Ведучий 2:** Ти знаєш, цей День еколога можна святкувати не лише 5 червня. Про нього варто пам'ятати щодня. Я, наприклад, намагаюся не школити нашій планеті.

**Ведучий 1:** І що ти робиш? Поділися секретами.

**Ведучий 2:** По-перше, йду виїжджаю на пікнік, то намагаюся купити не пластиковий, а паперовий посуд. Так само намагаюся купувати продукти в паперовій, а не в скляній чи пластиковій тарі. По-друге, давно купила собі екогорбинку.

По-третє, здаю використані батарейки в пункти прийому.

**Ведучий 1:** А я і не знала, що такі є! Можеш назвати адреси?

**Ведучий 2:** Так! Залюбки! Вул. Соборна, 36 (там, де нічни клуб «Асторія», тільки в дворах), вул. Петропавлівська, 81 (недалеко від магазину Watson), вул. Кооперативна, 1 (універмаг «Київ»), Проспект Михайла Лушпи 4/1 (торговельний центр «Лавіна»), а також 46 (торговельний центр «Берізка» та ін.

А ще економлю воду, світло, газ. Усе це працює на збереження природних ресурсів.

Сортую сміття.

**Ведучий 1:** Я, на жаль, не така свідома. Але відтепер намагатимусь дотримуватися порад. Цікаво, а чи багато студентів нашого університету дотримуються екологічних правил життя?

**Ведучий 2:** Зараз перевіримо.

**Бліц-опитування**

**Ведучий 2:** Як бачимо, значна частина наших студентів, як і ти, майже не дотримується екологічних правил. Але, думаю, якщо цю тему порушувати якомога частіше, то на неї будуть звертати увагу.

**Ведучий 1:** Погоджуюсь!

**Ведучий 2:** А ми вітаємо усіх тих, хто причетний до сьогоднішнього свята: викладачів кафедри прикладної екології, студентів-екологів, працівників екологічних служб! Нехай ваша робота увінчується успіхами!!!

## ВИСНОВКИ

Однією зі складових інформаційного простору закладів вищої освіти стає радіо. Звичайно, не всі вищі навчальні заклади можуть похизуватися цим медіа.

Аналіз контенту студентських радіостанцій показав, що його основу складають пізнавально-розважальні програми. Це відповідає формату таких радіостанцій.

Виходячи з цього, ми вирішили створити проект пізнавально-розважальної програми для «Радіо СумДУ». У разі успішного захисту цей проект може бути реалізований на «Радіо СумДУ».

Ми презентуємо проект програми «Святкуймо разом!». Мета передачі – привітати студентів (у першу чергу), викладачів та співробітників університету з їхнім професійним святом або поточним календарним святом, розповісти про це свято або цікавинки, що пов'язані з ним. Відповідно до мети було обрано й назву радіопрограми. Вважаємо, що назва «Святкуймо разом!» відображає концепцію програми.

На захист виносимо такі тематичні випуски: «Святкуймо разом!» – «День рекламіста», «Святкуймо разом!» – «День еколога», «Святкуймо разом!» – «8 Березня».

Планується, що хронометраж однієї програми становитиме приблизно 5 хвилин. Тож загальний хронометраж запропонованих до захисту програм становитиме приблизно 15 хвилин.

Наша програма запланована у форматі «програми в запису». Це зумовлено технічними характеристиками «Радіо СумДУ», яке не може виходити в прямий ефір.

Програма має сталу структуру, що зумовлено необхідністю радіомовлення. Передача складається з таких частин: привітання, зачину (у ньому розкривається концепція програми; цей елемент завжди сталий); основної частини (це розповідь про свято, цікавинки, які з ним пов'язані,

інтерв'ю з гостями студії (не завжди використовується); бліц-опитування); привітання (це завершальна частина програми).

Відповідно до хронометражу, типу передачі, вирішено, що її мають вести два ведучі.

Музичний супровід нашої програми мінімальний. Музика використовується на початку та наприкінці.

Отже, вважаємо, що ми створили цікавий інформаційний доробок, який може стати частиною контенту «Радіо СумДУ».