

РОЗДІЛ V

Історія, теорія й практика журналістики, видавничої справи та редагування

УДК 070:621.396

Олександр Гаврилюк – студент Інституту філології та журналістики
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Специфіка роботи радіожурналіста: виклики сьогодення

У статті ми проаналізували особливості сучасної радіожурналістики, її проблеми та потреби, а також виклики, які стоять перед цим засобом масової комунікації у сучасному світі. Сучасне радіомовлення перейшло на новий рівень спілкування зі слухачем і для того, щоб утримати аудиторію, продовжує розвиватися, вдосконалюватися, виконувати нові функції, видозмінювати жанри. Нові виклики стоять і перед радіожурналістами, оскільки саме специфіка сучасної радіожурналістики, сучасні жанри, визначають багато в чому своєрідність їхньої творчості та професійної майстерності. Радіожурналісти постійно шукають нові методи створення передач й удосконалюють свою професійну майстерність, підвищують професіоналізм. Від їхнього вміння ставити акценти, добре володіти словом залежить успіх тієї чи тієї радіопередачі та її існування радіо як ЗМІ взагалі.

Ключові слова: радіожурналістика, радіомовлення, аудиторія, радіожурналіст, професійні якості радіожурналіста.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасне радіомовлення перейшло на новий рівень спілкування зі слухачем і для того, щоб втримати свою аудиторію, продовжує розвиватися, вдосконалюватися. Воно починає виконувати нові функції, видозмінює жанри, а радіожурналісти постійно шукають нові методи створення передач й удосконалюють свою професійну майстерність. Тому ми вважаємо, що вивчення особливостей сучасного радіо допоможе дізнатися, як же воно змінюється, щоб іти у ногу з часом. Це особливо важливе питання для журналістів, оскільки саме специфіка сучасної радіожурналістики, сучасні жанри, визначають багато в чому своєрідність їхньої творчості та професійної майстерності.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Радіожурналістика на сьогодні всесторонньо досліджена у працях В. Лизанчука, В. Миронченка, А. Москаленка, В. Олійника, Г. Почепцова, В. Різуна, Ю. Шаповала, Т. Щербатюк та ін. науковців. Проте недостатньо публікацій, присвячених дослідженню сучасного стану радіожурналістики.

Мета і завдання статті – комплексно дослідити специфіку сучасної радіожурналістики та професійні особливості радіожурналіста.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. За допомогою радіо людство має можливість отримувати в найкоротші терміни актуальну інформацію та новини про події. Воно знайомить слухача з цікавими людьми, повідомляє корисні відомості, радить, розширює кругозір. Обираючи ту чи ту радіохвилю, ми можемо отримати інформацію, яка цікавить безпосередньо певну особистість.

Радіо, як і будь-який вид ЗМІ, має свою специфіку та особливості. Радіожурналістика – це звукова комунікація. Саме через звук та його можливості відбувається сприйняття інформації. Радіо здатне не лише повідомити факти, а й за допомогою музики, шумів створити враження, ніби людина перебуває безпосередньо на місці події. Воно не потребує надмірної уваги та зусиль для сприйняття повідомлень. Можна просто увімкнути радіостанцію й займатися своїми справами, керувати автомобілем. Однак на скільки інформація буде почута слухачем – залежить від майстерності працівників радіостанції та радіожурналістів.

Сучасне радіомовлення має ряд особливостей, які дозволяють йому успішно існувати серед інших ЗМІ. Найважливішими з них є оперативність та зручність передачі повідомлення, емоційність сприйняття та інші. Для того, щоб радіопередача була почута слухачем, використовується ряд формотворчих засобів, які допомагають відобразити звукову картину дійсності під певним кутом зору, у конкретному жанрі. Взаємодіючи між собою, вони створюють змістовну та акустичну єдність цілісного твору й підсилюють сприйняття.

Характер контакту радіомовлення та аудиторії не був завжди однаковий, він історично змінювався. Спочатку послухати радіо можна було колективно – у хатах-читальнях, клубах, на вулицях і площах. Радіо, дійсно, було «мовленням» – гучним, трибунним, майданним. Цікаво, що в історії західних країн радіо такого типу не існувало, там воно з самого початку адресувалося до людини, було сімейним, а у нас воно таким стало на рубежі 40–50-х років. Радіоприймач став мобільним і компактним і з того часу прослуховування радіо стало індивідуальним.

Однією з важливих ланок сприймання радіоматеріалів дослідники називають його розуміння слухачем. «Розуміння – це складний процес аналізуючої і синтезуючої роботи мислення, кінцевою метою якого є поповнення новою інформацією вже наявного запасу понять, уявлень, думок» [1, с. 12]. Дійсно, в ефірі радіо повинна лунає така інформація, яка є зрозумілою будь-якому слухачеві. Для цього, на нашу думку, не варто вживати незрозумілих слів (або ж відразу пояснювати їхнє значення), а про маловідомі нюанси, чи особливості певних галузей розповідати ширше, пояснюючи їхню суть, уникати нагромадження цифр, термінів. Речення будувати прості й короткі. Чітко формулювати думку.

Радіомовлення сьогодні адресує свої передачі численній аудиторії, яку можна розділити на дві категорії. Перша – це потенційна аудиторія. Вона включає всіх слухачів, які знаходяться в зоні «охоплення» станції та мають можливість приймати її програми. Друга – реальна аудиторія. Це та частина слухачів, які орієнтовані на цю станцію, постійно налаштовують свої приймачі на її хвилю і вважають станцію «своєю». З появою кожної нової радіостанції у неї спочатку виникає потенційна аудиторія, що обумовлено технічними причинами; але як головне завдання у цей період висувається боротьба за реальну аудиторію. І тут на першому плані виявляються фактори вже не технічного, а творчого порядку, від яких залежить залучення до станції суспільного інтересу, створення та постійне розширення її стійкого кола слухачів. Розміри реальної аудиторії визначають значення, вагу, авторитет радіостанції – її соціологічний рейтинг, істотний у політичному та комерційному відношеннях [4, с. 141].

Кожен радіожурналіст, готуючи програму чи передачу, повинен адресувати її не в простір, а чітко уявляти своїх слухачів, знати їхні потреби, інтереси, бажання. Кожна радіостанція може вивчати потенційну аудиторію для формування аудиторії цільової. Для цього є ряд дистанційних і стаціонарних методів, кожен з яких дозволяє формувати окремі сегменти цільової аудиторії. Усі ці методи базуються на зворотному зв'язку з аудиторією, тобто на інтерактивності як можливості відчувати настрої та смаки своїх слухачів і вчасно реагувати на зміни в них, щоб скорегувати ефір.

Дуже важливим для радіостанцій є й безпосереднє спілкування зі слухачем. Важливим елементом спілкування зі слухачами є редакційна пошта радіо. Раніше листів надходило значно більше, проте сьогодні ситуація дещо змінилася: листи все ще надходять, однак вони стали носити відвертий характер, без «оглядки» на когось, у них звучать думки, роздуми людей, стурбованих станом справ у країні, результатами реформ, гостра критика дій влади. Значно розширилося коло тем, раніше заборонених для публічного обговорення: питання організованої злочинності, алкоголізму, проституції, наркоманії, корупції, кланові дії чиновників. Піднімаються і гострі побутові проблеми. Листи стали справжнім безцензурним «гласом народу» [6, с. 132]. Дуже часто слухачі надсилають електронні листи, чи коментують почуте на сайтах радіо, або ж у соціальних

мережах. За допомогою Інтернету створюються також віртуальні фан-клуби станцій. Слухачі можуть спілкуватися між собою, а також із співробітниками компаній – ділитися враженнями від програмної продукції, обговорювати, радити, рекомендувати, критикувати. Тобто радіо має можливість постійно підтримувати зворотний зв'язок із тими, хто поділяє їхні смаки та переконання [1, с. 169].

Щодня радіостанції борються за слухачів, наповнюючи ефір новими, цікавими та різнобічними передачами. Радіожурналісти повинні бути високо професійними, щоб утримувати увагу аудиторії. Вони повинні мати ті важелі впливу на слухача, які допоможуть зробити його постійним. Вчені вказують, чого варто уникати творчим працівникам радіо та як побудувати програму, щоб привернути й утримувати увагу читача. За їхніми словами, людина погано сприймає такі деталі, як цифри, імена, назви, терміни, якщо вони не використовуються гранично економно і не роз'яснюються. Так, почута в новинах сенсаційна заява якогось відомого діяча буде зведена на нуль, якщо увагою не зафіксовано, хто саме цю заяву зробив. Щоб уникнути цього при компонуванні новини на радіо застосовують прийом попередньої активізації інтересу слухача: спочатку викладається ключовий момент заяви, потім слідує ім'я його автора, а потім розвиток теми з повторним згадуванням імені, якщо повідомлення носить розлогий характер [4, с. 144].

Як і будь-який творчий працівник ЗМІ, радіожурналіст повинен, на нашу думку, перш за все любити свою професію, справу, якою займається. Тоді він зможе всю душу вкладати в свої радіопроекти, буде мати бажання вчитися й вдосконалюватися. Якщо журналіст у друкованому виданні має трохи більше часу, щоб формулювати думку, то радіожурналіст (як і тележурналіст), повинен добре володіти словом, миттєво реагувати на ситуацію, чітко, лаконічно мислити й професійно озвучувати все, що повинне з'явитися в ефірі. Що ж необхідно для того, аби стати радіожурналістом, майстерно оволодіти цією професією?

Справедливо зазначав Ю. Шаповал: «Журналіст – професія з цілим рядом своєрідних вимог до людини. Як і будь-яка інша професія, вона передбачає наявність навичок, які, доповнюючись індивідуальними рисами людини, дозволять кваліфіковано виконувати завдання» [11, с. 31].

Без сумніву професія радіожурналіста є творчою. Цікаво, що ще 1973 року вчені вже охарактеризували творчу діяльність журналіста і незважаючи на те, що тоді журналістика мала дещо інші цілі, все ж ці думки актуальні й сьогодні. Д. Прилюк писав: «Журналістська творчість переважно є творчістю першого рівня, бо журналісти в більшості користуються наявними знаннями» [3, с. 47].

В. Здоровага пише, що творчість у журналістиці – це нові оригінальні думки, нові погляди на явища, нові образи, втілені у відповідну досконалу форму. Журналіст повинен володіти здатністю помічати суперечності, альтернативи, піддавати сумніву істини, хай тривалий час очевидні, вміти ставити запитання та уникати поверхневих відповідей. Він не може обійтись без творчої уяви, інтуїції. Йому повинні бути властиві велика схвильованість, активний інтерес до проблеми, поєднання сміливості, захоплення і творчої розважливості [2, с. 19]. Дійсно, з цим важко не погодитися. Що ж стосується радіожурналіста, то ми б додали, що цікавий виклад думок і неординарне бачення – це те, що повинне бути притаманне радіопрацівнику.

Творчим процесом називає В. Смірнов і створення цілісного акустичного радіотвору. За його словами, робота журналіста над тим чи тим матеріалом, з точки зору природи та особливостей радіотворчості, визначається можливостями, якими він володіє, а вони пов'язані зі звуковим відображенням дійсності [6, с. 29].

Цікавою є думка, що майстерність, професіоналізм не починаються і не закінчуються за робочим столом. Корені таланту – в глибині людського ества, у людській натурі, совісті [5]. Журналіст повинен весь час працювати й самовдосконалюватися, не залежно, чи він на роботі, чи вдома, чи на відпочинку.

Кожен радійник покликаний найефективніше реалізувати функції радіомовлення, що тісно пов'язані з принципами діяльності радіоорганізацій. Передумовами здійснення цього важливого суспільного завдання вчені називають моральну відповідальність і високий професіоналізм радіожурналіста [8, с. 206].

Професор В. Цвік, як і ми, переконаний, що людина з мікрофоном, радіожурналіст повинен бути професіоналом, що володіє специфічними знаннями, що вміє зробити так, щоб живе людське слово зазвучало у всій своїй красі, глибині та образності; щоб його співрозмовник «розкрився», розповів те

і так, як це потрібно в цьому випадку; щоб слухачі зрозуміли і відчували авторський задум, основний зміст, глибинну ідею і тонкий підтекст журналістського твору [10, с. 5]. Це дуже вичерпна, проте загальна характеристика основної роботи радіожурналіста. Однак існує ще чимало складових, які визначають професійну майстерність працівника радіо.

Високий професіоналізм радіожурналіста охоплює «вміння оперативно інформувати, відгукуватися на актуальні питання, глибоко і компетентно проникати в суть суспільних подій і явищ, правдиво узагальнюючи їх із певних групових, державних, загальнолюдських інтересів, сміливо, аргументовано, цікаво і переконливо втілювати власні думки і думки співрозмовників у стислій і досконалій формі, домагаючись певних духовних і практичних результатів» [2, с. 32].

Якщо ж спробувати об'єктивно класифікувати якості, якими повинен володіти представник журналістської професії, їх, на думку В. Цвіка, можна розділити на чотири рівні: природні здібності, світоглядні позиції, освітній рівень і специфічні професійні вимоги. За його словами, природні здібності припускають вроджену схильність до спостережливості, живий інтерес до людей і до оточуючого їхнього світу, вміння захоплює розповіді про побачене, зазначивши непомічені іншими важливі деталі і подробиці. Нерідко ці риси проявляються в людині з раннього віку. Професія журналіста вимагає у них постійно розвивати і вдосконалювати.

Комунікабельність (товариськість), вміння легко сходитися з людьми, викликати у них довіру; почуття гумору; витривалість, завзятість, наполегливість – якості, які журналісту непогано мати від природи.

Світоглядна позиція журналіста, так само як і принципи журналістики, характеризується невідступною вірністю фактам, правді життя, об'єктивністю у висвітленні реальної дійсності, прагненням осягнути складні явища сучасності в усій їхній глибині та суперечливості.

Прагнення до нового, передового, прогресивного характерно для хорошого журналіста, а побачити і зрозуміти це нове, щоб боротися за його поширення, за впевнений рух суспільства вперед, допомагає журналісту високий освітній рівень. Зрозуміло, бажано, щоб люди, які працюють у ЗМІ, мали спеціальну журналістську освіту, однак є чимало прикладів, коли представники інших спеціальностей приходили в журналістику і досягли в ній великих успіхів.

Що стосується специфічних професійних вимог, то вони обумовлені самим характером, особливостями, спрямованістю діяльності, якою займається людина [9, с. 46].

На думку сучасного українського вченого А. Стрижеуса, сьогодні перед радійником стоїть триєдине завдання:

1. Донести інформацію (продемонструвати істинність викладених фактів і аргументів, переконливість у тому, про що йдеться);
2. Голосом (з допомогою правильної дикції та інтонації) вплинути на розум та емоції, волю і поведінку людей, спонукати слухачів до активної дії;
3. Щиро, оптимістично передавати інформацію, щоб текст приносив естетичне задоволення слухачам [7].

Судячи з цього, виходить, що красномовство є одним із праобразів сучасної радіожурналістики.

Існує думка, що у царині радіожурналістики на шляху до самовдосконалення у мистецтві впливати на людську душу, журналісту допоможуть такі складові теорії красномовства як культура мислення, мовлення, спілкування та виконання. Оскільки культура мислення розвиває самостійність, самокритичність, глибину та гнучкість думки, відкритість мислення, ерудицію, оперативність, точність, достовірність у підготовці інформаційних радіоматеріалів. Водночас культура мислення допомагає доцільно, аргументовано та коректно висвітлювати події за допомогою аналітичних жанрів, чи доторкнутись Словом до душі слухачів у програмах художньо-публіцистичного характеру [7].

Поняття журналістської майстерності навіть на індивідуальному рівні складне і суперечливе. У ньому нашаровуються різні ознаки професійних рис працівника ЗМІ від морально-громадянських (мужність, сміливість), психологічних (оперативність, відчуття актуальності), освіченість (знання, компетенція) до суто літературних (уміння цікаво, стисло, образно викладати думку), а на телебаченні ще й певні зовнішні дані (голос, зовнішній вигляд) [5].

Майстерність для радіожурналіста – невід'ємна складова його роботи. На нашу думку, вона, як і досвід, з'являється з роками. Готуючи будь-яку передачу, радіожурналіст завжди спілкується з

людьми. Вони є основним джерелом інформації. До них потрібно знайти підхід, допомогти розкритися, варто бути тонким психологом, щоб зрозуміти: що варто питати, що ні.

Висновки. Отже, радіожурналіст – це особлива професія, яка потребує певних вмінь, навичок, творчого підходу до висвітлення теми, професійної майстерності в подачі інформації. Роботу радіожурналіста дуже добре «видно» тисячам, а інколи й мільйонам слухачів, тому, обравши цю професію, потрібно повністю віддаватися справі й постійно удосконалюватися.

Література

1. Антонова О., Кулініч О. Радіожурналістика : навч.-метод. посіб. для студ. спец. «Журналістика» / О. Антонова, О. Кулініч. – Луганськ : Вид-во ДЗ ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2012. – 238 с.
2. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
3. Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості: проблеми майстерності / Д. Прилюк. – К. : Вища шк., 1983. – 280 с.
4. Радіожурналістика : учебник / Под ред. А. Шереля. – М., 2000. – 480 с.
5. Складові журналістської майстерності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uastudent.com/skladovi-zhurnalistskoi-majsternosti-chastyna-2/>.
6. Смирнов В. Жанры радиожурналистики : учеб. пособ. для вузов / В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 225 с.
7. Стрижеус А. Засади красномовства у радіожурналістській майстерності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1347>.
8. Телевізійна й радіожурналістика : зб. наук.-метод. пр. // В. Лизанчук. – Вип. 6. – Львів, 2005. – 239 с.
9. Цвик В. Введение в журналистику: учеб. пособ. / В. Цвик. – М. : Изд-во МНЭПУ, 2000. – 134 с.
10. Цвик В. Журналист с микрофоном: учеб. пособ. / В. Цвик. – М. : Изд-во ДИДМНЭПУ, 2000. – 40 с.
11. Шаповал Ю. Изображение и слово в журналистике / Ю. Шаповал. – Л. : Знання, 1985. – 151 с.

References

1. Antonova O., Kulinich O. Radiojournalistyka : navch.-metod. posib. dla stud. spec. «Journalistyka» / O. Antonova, O. Kulinich. – Lugansk : Vyd-vo DS LNU im. T. Schevchenka, 2012. – 238 s.
2. Sdorovega V. Teoria i metodyka jornalistskoji tvorchosti : pidruchnyk / V. Sdorovega. – Lviv : PAIS, 2004. – 268 s.
3. Pryluk D. Teoria i praktyka jornalistskoji tvorcosti: problemy majsternoczi / D. Pryluk. – K. : Vycza schk., 1983. – 280 s.
4. Radiojournalistyka : uchebnyk / Pod red. A. Scherelja. – M., 2000. – 480 s.
5. Skladovi jornalistskoji majsternosti [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://uastudent.com/skladovi-zhurnalistskoi-majsternosti-chastyna-2/>.
6. Smirnov V. Janry radiojournalistyky : uceb. posob. dla vuzov / V. Smirnov. – M. : Aspekt Press, 2002. – 225 s.
7. Stryjeus A. Zasady krasnomovstva u radiojournalistskij majsternosci [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1347>.
8. Televisijna j radiojournalistyka : zb. nauk.-metod. pr. // V. Lyzanchuk. – Vyp. 6. – Lviv, 2005. – 239 s.
9. Zvik V. Vvedenye v jurnalistyku : uceb. posob. / V. Zvik. – M. : Izd-vo MNEPU, 2000. – 134 s.
10. Zvik V. Jurnalist s mikrofonom : uceb. posob. / V. Zvik. – M. : Izd-vo DIDMNEPU, 2000. – 40 s.
11. Schapoval J. Icobrazenie i slovo v jurnalistyku / J. Schapoval. – L. : Znanna, 1985. – 151 s.

Гаврилюк А. Специфика работы радиожурналиста сегодня. В статье мы проанализировали особенности современной радиожурналистики, её проблемы и потребности, а также вызовы, которые стоят перед этим средством массовой коммуникации в современном мире. Современное радиовещание перешло на новый уровень общения с слушателем и для того, чтобы удержать аудиторию, продолжает развиваться, совершенствоваться, выполнять новые функции, видоизменять жанры. Новые вызовы стоят и перед радиожурналистами, поскольку именно специфика современной радиожурналистики, современные жанры, определяют много в чём своеобразие их творчества и профессионального мастерства. Радиожурналисты постоянно ищут новые методы создания передач и совершенствуют своё профессиональное мастерство, поднимают профессионализм. От их умения ставить акценты, хорошо владеть словом зависит успех той или иной радиопередачи и существование радио как СМИ.

Ключевые слова: радиожурналистика, радиовещание, аудитория, радиожурналист, профессиональные качества радиожурналиста.

Havryluk O. The Specifics of Radio Journalist Today. In this paper we analyzed the features of modern journalism, its problems and needs and challenges facing this means of mass communication in the modern world. Modern radio switched to a new level of communication with the audience and to keep the audience continues to grow and improve, new functions, modify genres. New challenges are also to radio journalists, since the specificity of contemporary journalism, modern genres, largely determine the originality of their work and professional skills. Radio journalists constantly looking for new methods for creating gears and improve their professional skills, improve professionalism. Their ability to put accents proficient word on the success of a radio program and radio as media exist at all.

Keywords: journalism, broadcasting, audience, radio journalist, professional quality radio journalist.

Адреса для листування: mladanovych@gmail.com

УДК 007:304:9

Карина Калітовська – магістрантка Інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Теленовини як візитівка прямого ефіру на провідних українських телеканалах на сучасному етапі

У статті досліджено поняття прямого ефіру у теленовинах через роботу ведучих та журналістів новинних програм п'яти провідних українських телеканалів за версією Індустріального телевізійного комітету: «1+1», «ICTV», «Інтер», «СТБ» та «Україна». Охарактеризовано стандарти ведення новин на перерахованих каналах у контексті образу ведучого в кадрі, вибору мови повідомлення, часу виходу та тривалості новинної телепрограми. Особливу увагу зосереджено на окресленні явища онлайн-трансляції. Наголошено, що випуски новин тяжіють до видовищності та сенсаційності.

Ключові слова: телебачення, прямий ефір, канал, програма, журналіст, новинні програми, відеосюжет.

Постановка наукової проблеми та її значення. Новини завжди вважались підмурівком журналістики, залишаються ним і нині. Саме тому їх досліджували такі науковці: Е. Бойд, М. Стівенс, Д. Рендол, З. Вайшенберг, із вітчизняних: В. Яковець, К. Гаврилов, І. Куляс та інші. Проте стандарти та формат новинних програм змінюються з такою швидкістю, що будь-яке з цих досліджень можна вважати застарілим. З огляду на такі швидкі і різючі зміни, сучасні новини вимагають уваги науковців до себе. Вкрай важливим і актуальним є також питання прямого ефіру на сучасному українському телебаченні, який після довгих років забуття знову повернувся на екрани, і, що важливо, відіграв не останню роль у формуванні сучасних стандартів українського телебачення. Тема є актуальною, адже вона розглядає і аналізує останні зміни щодо прямого ефіру, які, в контексті останніх революційних подій країни, відбулися на українському новинному просторі.

Мета дослідження: проаналізувати роботу ведучих та журналістів теленовин у прямому ефірі та визначити основні фактори, що на неї впливають. **Завдання** дослідження – визначити специфіку використання прямого ефіру на українському телебаченні саме у новинних телепрограмах.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів. Основним питанням нашого дослідження є частота використання прямого ефіру в телепрограмах на провідних українських телеканалах. Безперечним лідером результатів стали новинні телепрограми, які можна назвати візитівкою прямого ефіру, адже завжди виходять тільки так, а ще якнайкраще допомагають його схарактеризувати. Як правило, вони виходять у будні декілька разів на день, а у вихідні кількість випусків трохи зменшується. Розглянемо це детальніше на прикладі конкретних новинних програм п'ятох провідних каналів у грудні 2014 р., за версією Індустріального телевізійного комітету [1].

Телеканал «Інтер» може запропонувати телеглядачам три новинні програми, а саме: «Новини», «Подробиці» і «Подробиці тижня». «Новини» – це 5–10-хвилинні випуски новин, що виходять на