

## Учнівський зошит вправ

II-ий рівень українського двомовного навчання

Розділ 1

### Увага! Ми в прямому етері!



Упорядкували та написали

Дарія Порохівник • Галина Калужна • Шерел Луис

## Student LEARNING ACTIVITIES

### Ukrainian Language Arts : Level II

Unit 1

**We're on the air!**



Compiled and Written by

Daria Porochiwnyk • Halyna Kaluzhna • Cheryl Lewis

© 2011 Міністерство освіти Альберти. Усі права застережені.

### Подяка спонсорам

*Висловлюємо щирю подяку за підтримку нашим спонсорам,  
що уможливило Інтернет-видання серії «Будьмо»:*

Альбертській фундації сприяння українській освіті  
Українсько-канадській фундації ім. Тараса Шевченка

*Спонсором розроблення серії «Будьмо» було*

Міністерство освіти Альберти

### Робоча група

Керівник проєкту від  
Канадсько-української фундації

Нагляд від Канадсько-української фундації

Нагляд від Міністерства освіти Альберти

Відповідальний редактор

Асистент відповідального редактора

Редактори

Науково-педагогічний рецензент

Дизайн та художнє оформлення

Коректор

Анна Биско

д. Роман Петришин

Іван Соколовський, Ксеня Бубель

Маруся Петришин

Галина Клід

Надія Сорока, Катерина Танчин, д. Віталій Шиян

д. Віталій Шиян, Данута Мазурик

Марко Мальований, Галина Клід

Надія Сорока, д. Віталій Шиян, Світлана Мельник

### Робоча група розроблення веб-сайту

Концептуальний дизайн

Розробник веб-сайту

Маруся Петришин, Ким Робінсон,  
Наталя Лубченко, Шон Бле Скіннер,  
Марко Мальований

Шон Бле Скіннер, Марко Мальований

© 2011 The Crown in Right of Alberta as represented by the Minister of Education, Alberta Education. All Rights Reserved.

### Financial Acknowledgements

*The online publication of the «Budmo» series has been made possible by the financial support of  
the Alberta Foundation for Ukrainian Education  
and the Ukrainian Canadian Foundation of Taras Shevchenko*

*The development of the content of the «Budmo» series was sponsored by  
Alberta Education*

### Project Team

Canada Ukraine Foundation Project Manager	Anna Biscoe
Canada Ukraine Foundation Project Supervisor	Dr. Roman Petryshyn
Alberta Education Project Supervisor	John Sokolowski, Xenia Bubel
Managing Editor	Marusia Petryshyn
Assistant Managing Editor	Halyna Klid
Editor	Nadiya Soroka, Kateryna Tanchyn, Dr. Vitaliy Shyyan
Pedagogical Reviewer	Dr. Vitaliy Shyyan, Danuta Mazuryk
Design	Mark Malowany, Halyna Klid
Copyeditor	Nadiya Soroka, Dr. Vitaliy Shyyan, Svitlana Melnyk

### Web Development Team

Concept Development	Marusia Petryshyn, Kim Robinson, Natalia Lubchenko, Shawn Blais Skinner, Mark Malowany
Site Developer	Shawn Blais Skinner, Mark Malowany



## ЗМІСТ

### ОСНОВНЕ ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ. ВПРАВИ 1-1 - 1-18

1.	Основне практичне завдання. Підготовка й запис радіопрограми про сучасну українську музику	1
1.1	Ситуація	1
1.2	Комунікативне та практичне завдання	1
1.3	Критерії оцінювання Основного практичного завдання (ОПЗ)	4
1.4	Етапи виконання ОПЗ	9
1-1	Проведення «мозкової атаки» для визначення концепції радіопрограми	11
1-2	Вибір концепції програми, визначення ролей головних ведучих	12
1-3	Перевірка чернетки «Вступ до сценарію» за контрольним списком	14
1-4	Запис та оцінювання даних досліджень	15
1-5	Остаточний вибір пісень	19
1-6	Пошук інформації для трьох оголошень	21
1-7	Підготовка інтерв'ю з гостею/гостем програми	36
1-8	Перевірка проведення інтерв'ю за контрольним списком	37
1-9	Перевірка завершення написання сценарію за контрольним списком	38
1-10	Перевірка підготовки до аудіозаписування	39
1-11	Уміння активно відреагувати на програму наших ровесників і подати належний відгук	41
1-12	Мої міркування про те, що я дізналася/дізнався	45
1-13	Самооцінювання. Перегляд власних цілей та оцінювання досягнутого	49
1-14	Самооцінювання рівня володіння українською мовою	50
1-15	Самооцінювання моєї праці над цим розділом	51
1-16	Листок самооцінювання застосування навчальних стратегій	52
1-17	Культурне самооцінювання	54

### ВПРАВА ДО ПРЕЗЕНТАЦІЇ РОЗДІЛУ

2.	Анкета стосовно засобів масової інформації (ЗМІ)	56
----	--	----

### ВПРАВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ УМІНЬ ЧИТАТИ ТА РОЗУМІТИ ПРОЧИТАНЕ

3.	Деякі факти про радіо	66
4.	Радіо як засіб масової комунікації	67
5.	Спочатку було слово...	69
6.	Знайди слово. Винахід — радіо	75

7.	Канада і Сполучені Штати Америки змагаються за першість у радіопередачі. Шукаємо головну ідею тексту	77
8.	Деякі факти про новини радіо	81
9.	Деякі факти про інтерв'ю на радіо	83
10.	Роля музики в радіопередачі	86
11.	Деякі факти про рекламу й оголошення в радіопередачі	89
12.	Реклама в засобах масової інформації (ЗМІ)	93

**ВПРАВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ УМІНЬ ЧИТАТИ ТА РОЗУМІТИ ПРОЧИТАНЕ, ОГЛЯДАТИ Й РОЗУМІТИ ПОБАЧЕНЕ**

13.	Веб-сайти світових українськомовних радіостанцій	98
14.	Радіо «Бі-Бі-Сі» по всьому світі	100

**ВПРАВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ УМІНЬ ЧИТАТИ ТА РОЗУМІТИ ПРОЧИТАНЕ, СЛУХАТИ Й РОЗУМІТИ ПОЧУТЕ**

15.	Уроки з курсу англійської мови	104
	Урок 1. Перше знайомство ведучих курсу	104
	Урок 2. Про менеджера та лейбли	109
	Урок 3. Чи любите ви гастролі і хто з вами їздить?	113
	Урок 4. Фагот співає пісню Е. Гампердінка	117
	Урок 5. Мова Інтернету і файли для друзів	121

**ВПРАВИ ДЛЯ СЛУХАННЯ**

16.	Слухаю радіопрограми	125
17.	Відгукуючись на сучасні соціальні, політичні та економічні теми, почуті на радіо	126

**ВПРАВИ ДЛЯ РОЗУМІННЯ ПРОЧИТАНОГО. УСНА ПРЕЗЕНТАЦІЯ**

18.	Радіоп'єси	129
-----	------------	-----

**ВПРАВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ УСНОГО МОВЛЕННЯ**

19.	Презентація інтерв'ю	132
	19.1 Виделка на спогад	132
	19.2 Мавпа — помічник лікаря	133
	19.3 Остерігайтесь бандитів!	133
	19.4 Стріляний Майкл	134
	19.5 Бабуся-лихач	134
	19.6 Міра пограбування	135
	19.7 Університет тугодумів	135
20.	Веселе інтерв'ю	136

**ВПРАВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ РОЗУМІННЯ ПРОЧИТАНОГО. ПИСЬМОВІ ЗАВДАННЯ**

21. Аналізуємо та оцінюємо реклами 138

**ГРАМАТИЧНІ ВПРАВИ**

22. Пісня «Червона рута» 157  
23. Пісня «Я піду в далекі гори» 164  
24. Пісня «Несе Галя воду» 172

**МІРКУВАННЯ ПІСЛЯ ЗАНЯТТЯ**

25. Засоби масової інформації (ЗМІ) у змінному світі 180  
25.1 Попередні особисті відгуки 180  
25.2 Оприлюднення результатів 182  
25.3 Міркування після заняття 183

- ПОСИЛАННЯ** 189

## Вступне слово учням

Дорогі учні,

Перед вами — учнівський зошит вправ із серії «Будьмо!» для 11-ого рівня українського двомовного навчання під назвою «Увага! Ми в прямому етері\*!». Як ви вже, мабуть, здогадалися, ці матеріали присвячені різноманітним засобам масової інформації. Під час цього навчального розділу ви матимете змогу підготувати й записати радіопрограму про сучасну українську музику, ознайомитися з кращими зразками українських медіа та дізнатися багато цікавого про засоби масової інформації.

Цей розділ не лише сприяє поглибленню ваших знань української мови та культури, а й надає вам змогу оцінити працю представників шоу бізнесу та медійної індустрії. Отож насолоджуйтеся цікавими заняттями з української мови і до зустрічі у прямому етері!

\* **Примітка.** Слово «етер» запозичене з грецької мови і є ближчим за звучанням до грецького оригіналу, ніж його інша паралельна форма, «ефір», яка потрапила в українську мову з російської. Хоча зараз в Україні частіше вживається слово «ефір», відроджене слово «етер» також набуває популярності.



## Основне практичне завдання. Підготовка й запис радіопроеграми про сучасну українську музику



### 1.1 Ситуація



### 1.2 Комуникативне та практичне завдання



### Вимоги до написання сценарію



### 1.3 Критерії оцінювання Основного практичного завдання (ОПЗ)



### 1.4 Етапи виконання ОПЗ



### 1.1 Ситуація

Одна з україномовних радіостанцій у вашій місцевості запросила вашу клясу підготувати та провести серію вечірніх радіопроеграм, які будуть транслюватися в етері впродовж кількох днів. Ваша кляса погодилась, адже це надасть вам нагоду спілкуватися з радіослухачами українською мовою, забезпечить можливість підготувати молодіжну радіопроеграму про українську сучасну музику, а також допоможе поширити знання про українську програму двомовного навчання у вашій школі.



### 1.2 Комуникативне та практичне завдання

Підготувати сценарій та зробити аудіозапис 20–30-хвилинної радіопроеграми українською мовою, цілі та завдання якої будуть:

- демонстрація ваших знань й навиків спілкування українською мовою перед радіослухачами
- розважання слухачів через презентацію сучасної української музики та виконавців
- поширення, за допомогою радіопроеграми, досягнень та користи навчання за українською програмою двомовного навчання у вашій школі.

**Вимоги до написання сценарію радіопрограми**

Радіопрограма буде повністю проводитися на основі пляну та наперед продуманого та написаного сценарію, який матиме такі складові частини:

## а. Вступ

У цій частині сценарію радіопрограми ви:

- подасте вихідні дані радіопрограми, а саме:
  - коротку назву, або логотип (наприклад, «Так!», «Джем ФМ» тощо) та повну назву радіопрограми (наприклад, «Так! Радіопрограма одинадцятої кляси української програми двомовного навчання»)
- представите ведучу/ведучого радіопрограми
- привітаєте й запросите слухачів послухати вашу радіопрограму в етері
- ознайомите слухачів з головною темою вашої радіопрограми
- подасте музичний уривок, який передасть настрої радіопрограми

## б. Головна частина програми

Ця частина радіопрограми складається з трьох компонентів, до кожного з яких вам потрібно підібрати, підготувати чи написати такі матеріали:

## б.1 музичний компонент

- Підібрати щонайменше шість записів сучасних українських музичних творів (без урахування музичних уривків, які будуть звучати на початку та наприкінці вашої радіопрограми)
- Підготувати дані про кожний музичний твір:
  - назву кожної пісні
  - назву компактного диска, звідки взято цей музичний твір
  - ім'я виконавиці/виконавця чи імена виконавців або назву музичного гурту
  - щонайменше 5 фактів із життя чи кар'єри виконавців
  - коротку інформацію про зміст пісні
  - визначити щонайменше двоє почуттів чи настроїв, які викликає або може викликати кожна пісня чи музична композиція, і пояснити причини

## б.2 компонент публічних оголошень та повідомлень

- Підготувати рекламний матеріал про українську програму двомовного навчання, за якою ви навчаєтесь:
  - запросіть радіослухачів відвідати День/Вечір відкритих дверей у вашій школі
  - назвіть два показові заняття або виступи, які українська програма двомовного навчання вашої школи представить під час Дня/Вечора відкритих дверей

- назвіть два захоплюючі заняття, у яких взяла участь українська програма двомовного навчання у вашій школі в цьому навчальному році
- назвіть два захоплюючі заняття чи події, які відбулися в рамках української програми двомовного навчання у вашій школі взагалі
- назвіть принаймні два конкретні приклади освітньої користі навчання, яку отримують ті учні вашої школи, які вчаться за українською програмою
- назвіть принаймні два конкретні приклади інших переваг навчання за українською програмою у вашій школі
- Підготувати рекламний матеріал про радіостанцію, яка уможливила трансляцію вашої радіопрограми в етері
- Підготувати рекламний матеріал про інші радіопрограми, які готують ваші ровесники

### б.3 компонент інтерв'ю

Примітка. Зробіть лише один вибір з поданого нижче переліку:

- підготуйте запитання інтерв'ю з музичним критиком, яка/який разом з радіоведучою/радіоведучим робить огляд та оцінює сучасну українську музику, а також робить припущення про те, які три пісні або виконавці повинні очолити «хіт-парад»
- підготуйте запитання інтерв'ю з «ві-джеєм», яка/який разом з радіоведучою/радіоведучим робить огляд та оцінює сучасні українські відеокліпи, а також робить припущення про те, які три з них є найкращими
- підготуйте запитання інтерв'ю з кінокритиком, яка/який разом з радіоведучою/радіоведучим робить огляд та оцінює сучасні українські кінофільми, а також робить припущення про те, які три з них є найкращими
- підготуйте запитання інтерв'ю зі спортивним коментатором, яка/який разом з радіоведучою/радіоведучим робить огляд та оцінює сучасні спортивні дружини й окремих спортсменів, а також робить припущення про те, які три зі спортивних дружин чи окремих спортсменів є найкращими

У компоненті інтерв'ю вам потрібно буде зробити ось що:

- представити слухачам запрошену гостю/запрошеного гостя радіопрограми
- подати принаймні два факти про життя чи кар'єру запрошеної гості/запрошеного гостя
- привітати та запросити гостю/гостя взяти участь у радіопрограмі
- обговорити з гостю/гостем низку претендентів на

звання трьох кращих у тій ділянці, яку ви обрали для проведення інтерв'ю (тобто, сучасна українська музика, відеокліпи, кінофільми, спорт)

- вибрати і назвати трьох кращих претендентів
- висловити захоплення фаховими знаннями вашої гості/вашого гостя з питань, які обговорювалися під час інтерв'ю, або подякувати за внесок, який вона зробила/він зробив у вашу радіoproграму
- подякувати вашій гості/вашому гостю
- попрощатися з гостею/гостем і висловити побажання успіхів у її/його праці тощо.

## в. Завершальна частина радіoproграми

У цій частині радіoproграми ви:

- підсумуєте зміст вашої радіoproграми
- подякуєте вашій гості/вашому гостю за її/його участь у радіoproграмі
- подякуєте радіостанції та/або її постійній ведучій/постійному ведучому за те, що вони уможливили трансляцію вашої радіoproграми в етері
- подякуєте вашим радіослухачам за те, що вони слухали вашу програму
- попросите слухачів надіслати вам їхні відгуки про програму і подасте ваші реквізити (адресу, телефон, факс, e-адресу, веб-сайт)
- попрощаєтесь зі слухачами та побажаєте їм гарного дня/вечора, успіхів у житті та праці



## 1.3 Критерії оцінювання Основного практичного завдання (ОПЗ)

### 1.3.1 ОЦІНЮВАННЯ ПРАЦІ ГРУПИ

Ваша групова оцінка складається з таких складових частин: «Сценарій. Комунікативний та культурний зміст», «Сценарій. Мовний зміст» та «Аудіозапис»  
У процесі оцінювання групової праці будуть використані такі вправи:

- Вправа 1-1 Проведення «мозкової атаки» для визначення концепції радіoproграми
- Вправа 1-2 Вибір концепції програми, визначення ролей головних ведучих
- Вправа 1-3 Перевірка чернетки «Вступ до сценарію» за контрольним списком
- Вправа 1-4 Запис та оцінювання даних досліджень



- Вправа 1-5 Остаточний вибір пісень
- Вправа 1-6 Пошук інформації для трьох оголошень
- Вправа 1-7 Підготовка інтерв'ю з гостею/гостем програми
- Вправа 1-8 Перевірка проведення інтерв'ю за контрольним списком
- Вправа 1-9 Перевірка завершення написання сценарію за контрольним списком
- Вправа 1-10 Перевірка підготовки до аудіозаписування
- Вправа 1-11 Уміння активно відреагувати на програму наших ровесників і подати належний відгук
- Вправа 1-12 Мої міркування про те, що я дізналася/дізнався

## а. Оцінювання сценарію. Комунікативний та культурний зміст

### Вступ

- 1 бал. Вжити слова вітання, залежно від пори дня /1
- 1 бал. Привітати слухачів радіопрограми /1
- 1 бал. Оголосити назву радіопрограми у вітанні /1
- 2 бали. Вжити належне гасло/музичну заставку до програми /2
- 1 бал. Представити кожную гостю/кожного гостя чи ведучу/ведучого програми, щонайбільше дві особи /2

### Музичний вибір

#### Пісня 1

- 1 бал. Оголосити назву пісні /1
- 1 бал. Оголосити назву компактного диска, до якого ввійшла ця пісня /1
- 1 бал. Оголосити ім'я виконавиці/виконавця або імена виконавців цієї пісні /1
- 1 бал. Подати факти про життя чи кар'єру виконавиці/виконавця або виконавців цієї пісні, щонайменше 5 /5
- 2 бали. Оголосити стислий зміст пісні /2
- 2 бали. Описати настрої та відчуття, які викликає або може викликати ця пісня /2

#### Пісня 2

- 1 бал. Оголосити назву пісні /1
- 1 бал. Оголосити назву компактного диска, до якого ввійшла ця пісня /1
- 1 бал. Оголосити ім'я виконавиці/виконавця або імена виконавців цієї пісні /1
- 1 бал. Подати факти про життя чи кар'єру виконавиці/виконавця або виконавців цієї пісні, щонайменше 5 /5
- 2 бали. Оголосити стислий зміст пісні /2
- 2 бали. Описати настрої та відчуття, які викликає або може викликати ця пісня /2

#### Пісня 3

- 1 бал. Оголосити назву пісні /1
- 1 бал. Оголосити назву компактного диска, до якого ввійшла ця пісня /1
- 1 бал. Оголосити ім'я виконавиці/виконавця або імена виконавців цієї пісні /1
- 1 бал. Подати факти про життя чи кар'єру виконавиці/виконавця або виконавців цієї пісні, щонайменше 5 /5
- 2 бали. Оголосити стислий зміст пісні /2
- 2 бали. Описати настрої та відчуття, які викликає або може викликати ця пісня /2

Пісня 4		
1 бал. Оголосити назву пісні		/1
1 бал. Оголосити назву компактного диска, до якого ввійшла ця пісня		/1
1 бал. Оголосити ім'я виконавиці/виконавця або імена виконавців цієї пісні		/1
1 бал. Подати факти про життя чи кар'єру виконавиці/виконавця або виконавців цієї пісні, щонайменше 5		/5
2 бали. Оголосити стислий зміст пісні		/2
2 бали. Описати настрої та відчуття, які викликає або може викликати ця пісня		/2
Пісня 5		
1 бал. Оголосити назву пісні		/1
1 бал. Оголосити назву компактного диска, до якого ввійшла ця пісня		/1
1 бал. Оголосити ім'я виконавиці/виконавця або імена виконавців цієї пісні		/1
1 бал. Подати факти про життя чи кар'єру виконавиці/виконавця або виконавців цієї пісні, щонайменше 5		/5
2 бали. Оголосити стислий зміст пісні		/2
2 бали. Описати настрої та відчуття, які викликає або може викликати ця пісня		/2
Пісня 6		
1 бал. Оголосити назву пісні		/1
1 бал. Оголосити назву компактного диска, до якого ввійшла ця пісня		/1
1 бал. Оголосити ім'я виконавиці/виконавця або імена виконавців цієї пісні		/1
1 бал. Подати факти про життя чи кар'єру виконавиці/виконавця або виконавців цієї пісні, щонайменше 5		/5
2 бали. Оголосити стислий зміст пісні		/2
2 бали. Описати настрої та відчуття, які викликає або може викликати ця пісня		/2
Оголошення 1		
2 бали. Правильно оголосити слухачам запрошення відвідати День відкритих дверей у вашій школі		/2
2 бали. Описати конкретні заняття, з якими виступить україномовна програма у вашій школі під час Дня відкритих дверей		/2
2 бали. Описати два захоплюючі заняття/події, у яких взяла участь україномовна програма у вашій школі		/2
2 бали. Описати два захоплюючі заняття/події, які відбулися в рамках україномовної програми у вашій школі		/2
2 бали. Описати конкретні приклади академічної користі, яку отримують ті учні вашої школи, які вчать за українською програмою		/2
2 бали. Описати конкретні приклади інших переваг завдяки вивченню української мови у вашій школі		/2
Оголошення 2		
2 бали. Оголосити назву радіостанції, яка транслює в етері вашу програму, та висловити подяку за це		/2
2 бали. Просувати радіостанцію, яка транслює в етері вашу програму		/2
Оголошення 3		
2 бали. Просувати радіопрограми, які створили ваші однокласники (щонайменше 2 програми)		/4
Інтерв'ю		
2 бали. Належно представити гостей програми		/2
2 бали. Оголосити інформацію про гостей програми (щонайменше 2 факти)		/4
2 бали. Запросити гостей до студії та привітати від імені радіопрограми		/2

4 бали. Обговорити з гостями одну з таких категорій: музичний гіт-парад, музичні відео, фільми, спортивні дружини або окремі спортсменці (атлети), і вибрати трьох кращих претендентів	/4
3 бали. Оголосити трьох кращих претендентів, які були названі в обговорюваній категорії	/3
2 бали. Висловити захоплення гостям радіопроеграми за їхні фахові знання у ділянці, яка обговорювалася, або за зроблений внесок у вашу радіопроеграму	/2
1 бал. Подякувати вашим гостям за участь у радіопроеграмі	/1
1 бал. Попрощатися з гостями	/1
<b>Завершення програми</b>	
2 бали. Підсумувати зміст цього випуску радіопроеграми	/2
1 бал. Висловити подяку вашим гостям за їхню участь у вашій радіопроеграмі	/1
1 бал. Висловити подяку радіостанції, яка уможливила трансляцію вашої програми	/1
1 бал. Висловити подяку слухачам за те, що вони слухали вашу радіопроеграму в етері	/1
2 бали. Звернутися до слухачів з проханням подати їхні відгуки, зауваги та коментарі про радіопроеграму	/2
2 бали. Нагадати слухачам адресу вашої радіопроеграми для зворотнього зв'язку	/2
2 бали. Попрощатися зі слухачами радіопроеграми	/2
<hr/>	
<b>Усього за «Сценарій. Комунікативний та культурний зміст»:</b>	<b>/127</b>

## б. Оцінювання сценарію. Мовний зміст

---

<b>Мовні елементи</b>	
10 балів. Користуватися належним словниковим запасом	/10
10 балів. Правильно писати слова	/10
5 балів. Правильно узгоджувати підмет з присудком	/5
8 балів. Правильно вживати форми дієслова	/8
8 балів. Правильно узгоджувати іменник з прикметником	/8
10 балів. Правильно вживати відмінки іменників	/10
4 бали. Правильно будувати речення	/4
5 балів. Правильно вживати вищий та найвищий ступінь прикметників	/5
<b>Соціокультурні елементи</b>	
5 балів. Правильно вживати належні форми ввічливого спілкування	/5
5 балів. Правильно вживати вирази, відповідні в даному соціальному контексті	/5
<hr/>	
<b>Усього за «Сценарій. Мовний зміст»:</b>	<b>/60</b>

## в. Аудіозапис

---

5 балів. Зробити повний аудіозапис підготовленої радіопроеграми	/5
5 балів. Дотриматися вимог щодо якості запису (виразність звуку та зрозумілість)	/5
5 балів. Дотриматися вимог щодо тривалості запису (30-40 хвилин)	/5
<hr/>	
<b>Усього за «Аудіозапис»:</b>	<b>/15</b>

---

**Усього за «Оцінювання праці групи»:** /202

## 1.3.2 ІНДИВІДУАЛЬНІ ОЦІНЮВАННЯ

а. Розроблення та підготовка радіопрограми. Повністю виконати кожну вправу 1.1-1.12

Вправа 1-1 Проведення «мозкової атаки» для визначення концепції радіопрограми	/3
Вправа 1-2 Вибір концепції програми, визначення ролей головних ведучих	/3
Вправа 1-3 Перевірка чернетки «Вступ до сценарію» за контрольним списком	/3
Вправа 1-4 Запис та оцінювання даних досліджень	/3
Вправа 1-5 Остаточний вибір пісень	/3
Вправа 1-6 Пошук інформації для трьох оголошень	/3
Вправа 1-7 Підготовка інтерв'ю з гостею/гостем програми	/3
Вправа 1-8 Перевірка проведення інтерв'ю за контрольним списком	/3
Вправа 1-9 Перевірка завершення написання сценарію за контрольним списком	/3
Вправа 1-10 Перевірка підготовки до аудіозаписування	/3
Вправа 1-11 Уміння активно відреагувати на програму наших ровесників і подати належний відгук	/3
Вправа 1-12 Мої міркування про те, що я дізналася/дізнався	/3
<b>Усього за «Розроблення та підготовка радіопрограми»</b>	<b>/36</b>

б. Читання вголос

5 балів. Правильно вимовляти слова	/5
3 бали. Читати достатньо голосно	/3
2 бали. Чітко вимовляти слова	/2
5 балів. Читати з «почуттям»	/5
3 бали. Читати «природнім» голосом	/3
5 балів. Читати плавно	/5
5 балів. Подати докази підготовчої праці до аудіозапису	/5
<b>Усього за «Читання вголос»</b>	<b>/23</b>
<b>Усього за «Індивідуальні оцінювання»</b>	<b>/59</b>

Усього балів за Основне практичне завдання: /261





## 1.4 Етапи виконання ОПЗ

Плянуння, підготовка, проведення та самооцінювання вашої радіопрограми складатиметься із шести нижчезазначених етапів. До кожного етапу подано вправи з детальними вказівками, поясненнями та допоміжними формами для вашої праці над програмою. Ці вправи починаються на сторінці 10 із вправи 1-1.

### Етап 1. Створення творчих груп для розроблення плану радіопрограми

Дотримуйтеся вказівок вашої вчительки/вашого вчителя щодо того, яким чином ваша кляса може сформувати творчі групи розроблення плану радіопрограми.

### Етап 2. Визначення та вибір концепції радіопрограми

- Вправа 1-1 Проведення «мозкової атаки» для визначення концепції радіопрограми
- Вправа 1-2 Вибір концепції програми, визначення ролей головних ведучих

### Етап 3. Написання сценарію

Наступні вправи допоможуть вам у процесі написання сценарію:

- Вправа 1-3 Перевірка чернетки «Вступ до сценарію» за контрольним списком
- Вправа 1-4 Запис та оцінювання даних досліджень
- Вправа 1-5 Остаточний вибір пісень
- Вправа 1-6 Пошук інформації для трьох оголошень
- Вправа 1-7 Підготовка інтерв'ю з гостем/гостем програми
- Вправа 1-8 Перевірка проведення інтерв'ю за контрольним списком
- Вправа 1-9 Перевірка завершення написання сценарію за контрольним списком

Дотримуйтеся вказівок вашої вчительки/вашого вчителя щодо того, в якому напрямку рухатися, які стратегії використовувати при різних фазах написання сценарію, включаючи:

- Редагування
- Перероблення
- Написання остаточного варіанту

### Етап 4. Аудіозаписування

- Вправа 1-10 Перевірка підготовки до аудіозаписування

Етап 5. Презентація

Дотримуйтеся вказівок вашої вчительки/вашого вчителя щодо дати, часу та порядку презентацій радіопрограм.

Етап 6. Міркування, самооцінка

Вживайте подані форми для запису ваших відгуків про радіопрограми ваших однокласників, а також для запису ваших міркувань про це Основне практичне завдання.

Вправа 1-11 Уміння активно відреагувати на програму наших ровесників і подати належний відгук

Вправа 1-12 Мої міркування про те, що я дізналася/дізнався

## Проведення «мозкової атаки» для визначення концепції радіопроеграми

У поданій нижче формі занотуй свої ідеї щодо назви програми, її гасла (мотто) або музичних заставок (джинглів). Будь готова/готовий поділитися ними з іншими членами твоєї творчої групи та обговорити всі властивості кожної пропозиції.

Щоб підготуватися до цього заняття, тобі, можливо, буде потрібно ознайомитися з кількома друкованими джерелами (як, наприклад, журнальні статті, вкладки до компактних дисків або пісенники) чи веб-сайтами, де транслюються українські радіопроеграми та сучасна музика.

Пам'ятай: концепція програми відіграє важливу ролю у створенні правильної структури для вашої радіопроеграми.

Мої ідеї щодо назви радіопроеграми	Мої ідеї щодо гасла радіопроеграми

Ім'я та прізвище	Дата

## Вибір концепції програми, визначення ролей головних ведучих

### 1-2.1

### Вибір концепції радіопрограми

Обговоріть усі ідеї назви і гасла вашої радіопрограми, які подали члени творчої групи. Упорядкуйте найкращі ідеї за вагомістю, першочерговістю. Запишіть найкращі три ідеї, вибрані й узгоджені з усіма членами творчої групи. Обговоріть властивості (усі «за» і «проти») цих ідей. Висвітліть назву та гасло, на яких зупинилася ваша творча група.

**а.** Ми надаємо перевагу таким назвам та гаслам:


**б.** Наша радіопрограма буде називатися:

**в.** Гасло нашої програми буде:



## 1-2.2

### Визначення ролей головних працівників програми

Обговоріть конкретні мовленнєві сильні сторони та вміння спілкуватися всіх членів творчої групи. Визначте, хто до якої праці більш здатна/здатний на радіопрограмі. Запишіть ваш вибір. Виберіть імена ведучих та імена ваших запрошених гостей і запишіть їх поруч із іменами членів творчої групи, які будуть грати ці ролі.

- a. Ведуча перша/Ведучий перший: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- b. Ведуча друга/Ведучий другий: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- v. Гостя перша/Гість перший: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- г. Професійне ім'я та прізвище: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- г. Гостя друга/Гість другий: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- д. Професійне ім'я та прізвище: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Імена та прізвища членів творчої групи	Дата

## Перевірка чернетки «Вступ до сценарію» за контрольним списком

Позначте «галочкою» (✓) все зроблене.

Наш вступ до сценарію радіопрограми містить:	Так	Ні
назву радіопрограми;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
гасло та музичну заставку (джингл) радіопрограми;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
імена ведучих радіопрограми;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
слова привітання для слухачів радіопрограми;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
звернення до слухачів із запрошенням слухати радіопрограму;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
опис загального змісту цього випуску радіопрограми;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
назву, імена авторки/автора та виконавиці/виконавця музичного супроводу, який звучить на початку програми.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Імена та прізвища членів творчої групи	Дата

## Запис та оцінювання даних досліджень

### 1-4.1

### Самостійне дослідження

Ваше завдання на цьому етапі розроблення радіопрограми — це розшукати інформацію про виконавців пісень, які ви хочете представити в програмі. Очікується, що кожний член творчої групи подасть свій вибір із, щонайменше, трьох пісень, які звучатимуть під час випуску радіопрограми. Ці пісні повинні супроводжуватися інформацією про виконавців, щоб ведучі могли зробити відповідні повідомлення.

Користуйтеся формою, поданою нижче, щоб записати інформацію, яку ви знайдете.

#### Вибір пісні 1

Композитор/Композитори пісні: \_\_\_\_\_

Виконавиця/Виконавець/Виконавці пісні: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Короткий виклад змісту пісні: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Настрій або реакція, які викликає ця пісня у слухачів: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Міркування про пісню або її зв'язок із вашим власним досвідом чи переживаннями: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Джерело інформації (напр., стаття, веб-сайт): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Дата джерела інформації: \_\_\_\_\_

Інформація: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Вибір пісні 2**

Композитор/Композитори пісні: \_\_\_\_\_

Виконавиця/Виконавець/Виконавці пісні: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Короткий виклад змісту пісні: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Настрій або реакція, які викликає ця пісня у слухачів: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Міркування про пісню або її зв'язок із вашим власним досвідом чи переживаннями: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Джерело інформації (напр., стаття, веб-сайт): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Дата джерела інформації: \_\_\_\_\_

Інформація: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Вибір пісні 3**

Композитор/Композитори пісні: \_\_\_\_\_

Виконавиця/Виконавець/Виконавці пісні: \_\_\_\_\_

Короткий виклад змісту пісні: \_\_\_\_\_

Настрій або реакція, які викликає ця пісня у слухачів: \_\_\_\_\_

Міркування про пісню або її зв'язок із вашим власним досвідом чи переживаннями: \_\_\_\_\_

Джерело інформації (напр., стаття, веб-сайт): \_\_\_\_\_

Дата джерела інформації: \_\_\_\_\_

Інформація: \_\_\_\_\_



## 1-4.2

### Групoвий перегляд та оцінка знайденої інформації

Ознайомтеся з критеріями оцінювання головної частини радіопрограми. Перегляньте зібрану інформацію та оцініть, наскільки вона достатня, відповідна концепції вашої радіопрограми та цікава для слухачів. Перенесіть цю інформацію до вправи 1-5.

#### Вибір пісні 1

Шкала оцінювання інформації:

достатність	1	2	3	4	5
відповідність	1	2	3	4	5
цікавість для слухачів	1	2	3	4	5

#### Вибір пісні 2

Шкала оцінювання інформації:

достатність	1	2	3	4	5
відповідність	1	2	3	4	5
цікавість для слухачів	1	2	3	4	5

#### Вибір пісні 3

Шкала оцінювання інформації:

достатність	1	2	3	4	5
відповідність	1	2	3	4	5
цікавість для слухачів	1	2	3	4	5

Імена та прізвища членів творчої групи	Дата

## Остаточний вибір пісень

На основі матеріялу, який розшукали члени творчої групи радіопроеграми, оцінки їхніх досліджень та відгуку творчої групи на загальний зміст, викладений у вправі 1-4, виберіть щонайменше 6 пісень для радіопроеграми.

Зробіть список пісень у тому порядку, в якому ваша творча група хоче їх подати в проєрамі.

### Пісня 1

Назва пісні: \_\_\_\_\_

Виконавиця/Виконавець/Виконавці пісні: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### Пісня 2

Назва пісні: \_\_\_\_\_

Виконавиця/Виконавець/Виконавці пісні: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### Пісня 3

Назва пісні: \_\_\_\_\_

Виконавиця/Виконавець/Виконавці пісні: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Пісня 4**

Назва пісні: \_\_\_\_\_

Виконавиця/Виконавець/Виконавці пісні: \_\_\_\_\_

---

---

---

**Пісня 5**

Назва пісні: \_\_\_\_\_

Виконавиця/Виконавець/Виконавці пісні: \_\_\_\_\_

---

---

---

**Пісня 6**

Назва пісні: \_\_\_\_\_

Виконавиця/Виконавець/Виконавці пісні: \_\_\_\_\_

---

---

---

Імена та прізвища членів творчої групи	Дата

## Пошук інформації для трьох оголошень\*

### 1-6.1

### Підготова запитань

#### ОГОЛОШЕННЯ 1. ПРО УКРАЇНОМОВНУ ПРОГРАМУ У ВАШІЙ ШКОЛІ.

Підготуйте і запишіть декілька запитань про україномовну програму у вашій школі, які ви могли б поставити. Відповіді на них допоможуть вам підготувати оголошення, як це описано в ОПЗ.

Підготуйте і запишіть декілька запитань про День відкритих дверей у вашій школі, зокрема, запитання про те, яким чином україномовна програма буде представлена під час цієї події і яке місце матиме в загальному святкуванні.

Підготуйте і запишіть запитання про те, яку користь приносить старшоклясникам вивчення української мови та культури.

#### а. Запитання про україномовну програму у вашій школі:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

#### б. Запитання про День відкритих дверей у вашій школі та про те, як представлена в ній україномовна програма:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

\* Оголошення — інформаційне повідомлення.

в. Запитання про користь вивчення української мови та культури у програмі, де ви навчаєтесь:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

**ОГОЛОШЕННЯ 2.**  
**ПРО МІСЦЕВУ УКРАЇНОМОВНУ РАДІОПРОГРАМУ АБО РАДІОСТАНЦІЮ, ЯКА ТРАНСЛЮЄ ВАШУ ПЕРЕДАЧУ.**

Підготуйте і запишіть декілька запитань про радіопрограму та/або радіостанцію, яка уможливить передачу ваших оголошень, як це описано в ОПЗ.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

**ОГОЛОШЕННЯ 3.**  
**ПРО ІНШІ РАДІОПРОГРАМИ, ЯКІ ВЕДУТЬ ВАШІ ОДНОКЛАСНИКИ.**

Підготуйте і запишіть декілька запитань про радіопрограми ваших однокласників, як це описано в ОПЗ.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_



## 1-6.2 Застосування «мозкової атаки» для пошуків джерел довідкової інформації до оголошень 1, 2 і 3

1. Перепишіть запитання, які ви підготували у вправі 1-6.1, до поданих нижче відповідних форм.
2. Застосувавши метод «мозкової атаки», разом з членами своєї творчої групи підготуйте список можливих джерел довідкової інформації для кожного оголошення.
3. Розділіть запитання між усіма членами творчої групи радіопрограми, щоб вони почали шукати відповіді.

### ОГОЛОШЕННЯ 1. ПРО УКРАЇНОМОВНУ ПРОГРАМУ У ВАШІЙ ШКОЛІ

а. Ключова інформація про україномовну програму у вашій школі:

	Запитання про україномовну програму у вашій школі	Хто шукає інформацію
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Можливі джерела довідкової інформації:

---



---



---



---

б. Потрібна інформація про День відкритих дверей у вашій школі та про те, яку участь візьме в цьому заході україномовна програма:

	Зaпитання пpо Дeнь відкритих дверей у вашій школі та пpо те, яку участь візьме в цьому заході українoвнa пpогpама	Хто шукає інформацію
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Можливі джерела довідкової інформації:

---



---



---



---

в. Потрібна інформація про користь від вивчення української мови у програмі, за якою ви навчаєтесь

	Зaпитання пpо користь від вивчення української мови у програмі, за якою ви навчаєтесь	Хто шукає інформацію
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Можливі джерела довідкової інформації:

---



---



---



---

## ОГОЛОШЕННЯ 2.

ПРО МІСЦЕВУ УКРАЇНОМОВНУ РАДІОПРОГРАМУ (АБО РАДІОСТАНЦІЮ),  
ЯКА ТРАНСЛЮЄ ВАШУ ПЕРЕДАЧУ

Потрібна інформація про місцеву україномовну радіопрограму  
(або радіостанцію), яка транслює вашу передачу:

	Запитання про місцеву україномовну радіопрограму (або радіостанцію), яка транслює вашу передачу	Хто шукає інформацію
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Можливі джерела довідкової інформації:

---



---



---



---

## ОГОЛОШЕННЯ 3. ПРО ІНШІ РАДІОПРОГРАМИ, ЯКІ ВЕДУТЬ ВАШІ ОДНОКЛЯСНИКИ

Потрібна інформація про інші радіопроеграми, які ведуть ваші одноклясники:

Число	Запитання про інші радіопроеграми, які ведуть ваші одноклясники	Хто шукає інформацію
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Можливі джерела довідкової інформації:

---



---



---



---

### 1-6.3 Запис довідкової інформації до оголошень 1, 2 і 3

1. Зберіть від усіх членів творчої групи запитання і відповіді на них.
2. Запишіть зібрану інформацію.
3. Вкажіть джерело, де ви її знайшли.

## ОГОЛОШЕННЯ 1. ПРО УКРАЇНОМОВНУ ПРОГРАМУ У ВАШІЙ ШКОЛІ

а. Довідкова інформація про україномовну програму у вашій школі:

**Запитання 1:** \_\_\_\_\_

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Джерело:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Запитання 2:** \_\_\_\_\_

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Джерело:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Запитання 3:** \_\_\_\_\_

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Джерело:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Запитання 4:** \_\_\_\_\_

**Відповідь:** \_\_\_\_\_



---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 5:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

- б. Довідкова інформація про День відкритих дверей у вашій школі та про те, яке місце матиме україномовна програма в цьому святкуванні:

**Запитання 1:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 2:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 3:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 4:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 5:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

- в. Довідкова інформація про користь вивчення української мови та культури у програмі, за якою ви навчаєтесь:

**Запитання 1:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 2:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 3:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 4:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 5:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**ОГОЛОШЕННЯ 2.**  
**ПРО МІСЦЕВУ РАДІОПРОГРАМУ (АБО СТАНЦІЮ),**  
**ЯКА ТРАНСЛЮЄ ВАШУ ПЕРЕДАЧУ**

**Запитання 1:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 2:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 3:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Джерело: \_\_\_\_\_

---

**Запитання 4:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

---

---

---



Джерело: \_\_\_\_\_

**Запитання 5:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

Джерело: \_\_\_\_\_

ОГОЛОШЕННЯ 3.  
ІНШІ РАДІОПРОГРАМИ, ЯКІ ВЕДУТЬ ВАШІ ОДНОКЛАСНИКИ

**Запитання 1:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

Джерело: \_\_\_\_\_

**Запитання 2:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

Джерело: \_\_\_\_\_

**Запитання 3:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

Джерело: \_\_\_\_\_

**Запитання 4:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

Джерело: \_\_\_\_\_

**Запитання 5:** \_\_\_\_\_

Відповідь: \_\_\_\_\_

Джерело: \_\_\_\_\_

Імена та прізвища членів творчої групи	Дата

## Підготовка інтерв'ю з гостею/гостем програми

1. Виберіть категорію для змісту інтерв'ю:

- музичний гіт-парад     фільми     музичні відео  
 спортивні дружини     атлети

Ви будете обговорювати думку гостя про 3-ох найкращих претендентів у вибраній категорії.

2. Користуючись схемою, поданою нижче, опишіть ідентичність спеціалістки/спеціаліста, яку/якого ви запросили бути гостею/гостем програми.
3. Висвітліть погляди та думки цієї особи через обговорення її/його музичних та інших уподобань і причин, які спонукали зробити той чи інший вибір.

	Гостя/Гість	Відповіді
а.	Ім'я та прізвище	
б.	Професія	
в.	Спеціалізація (у якій ділянці)	
г.	Факти про особистість	
г.	Які уподобання цієї особи: до пісень, до кінофільмів чи до музичних відео або якій спортивній дружині вона/він надає перевагу	
д.	Цитати цієї особи про її/його три перші вибори претендентів у категорії, про яку вона/він говорить	
	Примітка. Вживайте належні форми висловлювання, коли мова йде про особисту думку особи або про те, чому вона надає перевагу цим претендентам. Висвітліть також причини, які спонукали цю особу до її нинішнього вибору.	

## Перевірка проведення інтерв'ю за контрольним списком

Позначте «галочкою» (✓) ті етапи написання сценарію та самого проведення інтерв'ю з вашим гостем/вашою гостею, які ви виконали.

При написанні сценарію та проведенні інтерв'ю на радіопрограмі, ми виконали такі етапи:

	Так	Ні
вибрали категорію для інтерв'ю;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
зробили вступ, у якому	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• представили гостю/гостя слухачам радіоформи;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• подали щонайменше два факти про життя та/чи працю гості/гостя радіоформи;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• сказали слова вітання, якими привітали гостю/гостя радіоформи та запросили взяти участь у радіоформі;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
обговорили з гостею/гостем радіоформи трьох найкращих претендентів на місце найкращих в обраній категорії;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
визначили трьох остаточних претендентів в обраній категорії;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
висловили захоплення гості/гостеві радіоформи за її/його фахові знання у ділянці, яка обговорювалася, або за зроблений внесок у радіоформу;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
подякували нашій гості/нашому гостеві;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
попрощались з гостею/гостем радіоформи і висловили побажання успіхів у житті та праці.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Імена та прізвища членів творчої групи	Дата

Освоєне практичне завдання. Вправи 1-1-1-17

## Перевірка завершення написання сценарію за контрольним списком

Позначте «галочкою» (✓) завершальні етапи розроблення та підготовлення сценарію вашої радіопрограми, як тільки ви їх закінчили.

У цій частині сценарію радіопрограми ми зробили таке:	Так	Ні
підсумували зміст цього випуску радіопрограми	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
подякували нашим гостям за їхній час та їхню участь у нашій радіопрограмі	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
подякували радіостанції, яка уможливила трансляцію нашої програми, та її постійній ведучій/постійному ведучому за можливість бути в етері	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
подякували нашим слухачам за те, що вони слухали нашу радіопрограму в етері	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
запропонували нашим слухачам подати їхні відгуки, зауваги та коментарі про радіопрограму	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
подали належну інформацію слухачам для зворотнього зв'язку	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
попрощалися зі слухачами радіопрограми і побажали їм гарно провести день/вечір	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Імена та прізвища членів творчої групи	Дата



## Перевірка підготовки до аудіозаписування

### 1-10.1 Контрольний список перевірки підготовки до аудіозаписування

	Так	Ні
Сценарій написаний	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Сценарій відредагований	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Сценарій було переглянуто	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Сценарій було перероблено	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Зі сценарієм ознайомилася ведуча/ознайомився ведучий	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Прилади для записування працюють без перешкод	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Шумові ефекти готові	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Голосники готові	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Фрагменти музичного супроводу/тла готові	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 1-10.2 Враження після першої проби аудіозаписування

Наша творча група провела першу пробу аудіозаписування \_\_\_\_\_ 20 р.,  
у студії \_\_\_\_\_

Член творчої групи	Добра вимова	Звук голосу належний	Голос чистий	Голос виразний	Подача матеріалу природня	Ознайомлена/ознайомлений зі сценарієм	Готова/готовий почати за сигналом
	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1
	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1
	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1
	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1
	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1

Зауваги: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Покращення, перероблення, доповнення, які потрібно зробити перед остаточним аудіозаписуванням: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

## Уміння активно відреагувати на програму наших ровесників і подати належний відгук

Прочитай твердження, подані нижче, та оціни якість праці твоїх ровесників над розробленням, підготовою та проведенням радіопрограми, яку ти прослухала/прослухав, зробивши свій вибір на шкалі оцінки до відповідного твердження:

Назва радіопрограми: \_\_\_\_\_

Члени творчої групи радіопрограми: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### 1-11.1

### Зміст радіопрограми

- а. Радіопрограма досягла своєї мети успішно представити різноманітні жанри сучасної української музики.**

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

- б. Радіопрограма досягла своєї мети успішно пропагувати сучасну українську музику.**

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

- в. Радіопрограма досягла своєї мети успішно проінформувати слухачів про сучасних українських музичних виконавців.**

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

- г. Радіопрограма досягла своєї мети успішно використати новий словниковий запас, який ми вивчили у цьому розділі.**

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

- г. Радіопрограма досягла своєї мети успішно пропагувати україномовне навчання у нашій школі.**

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

## Навчальна суть

д. Завдяки цій радіопрограмі я дізналася/дізнався щось нове про сучасну українську музику.

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

е. Завдяки цій радіопрограмі я дізналася/дізнався щось нове про сучасних українських музичних виконавців.

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

є. Завдяки цій радіопрограмі я вивчила/вивчив нові слова, які стосуються сучасної української музики.

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

## Якість презентації

ж. Програма була добре зорганізована.

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

з. Програма та мова ведучих були легкими для розуміння.

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

и. Темп програми відповідав моїм потребам для розуміння.

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

і. Для мене було розвагою слухати цю програму.

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

ї. Ця радіопрограма відзначається творчим підходом її авторів до підготовки її частин.

Не погоджуюсь 1 2 3 4 5 Погоджуюсь

### 1-11.2

### Мої особисті враження

а. Прослухавши вашу радіопрограму про сучасну українську музику, я з цікавістю дізналася/дізнався щось нове, а саме:

---



---



---

б. Прослухавши вашу радіoproграму, мені цікаво було довідатися щось нове про сучасну українську виконавицю, сучасного українського виконавця, сучасних українських виконавців, сучасний український музичний гурт \_\_\_\_\_,

а саме: \_\_\_\_\_

в. На мою думку, сильною стороною вашої радіoproграми було...

г. Найбільше мені сподобалась та частина вашої радіoproграми, де...

г. Частина радіoproграми, яку можна було б покращити, — це...

---

---

---

---

---

---

д. На мою думку, сильною стороною вашої радіопрограми було...

---

---

---

---

---

---

---

---

е. Найбільше мені сподобалась та частина вашої радіопрограми, де...

---

---

---

---

---

---

---

---

є. Частина радіопрограми, яку можна було б покращити, — це...

---

---

---

---

---

---

---

---



## Мої міркування про те, що я дізналася/дізнався

а. Я відчуваю, що після виконання цього Основного практичного завдання	Зовсім ні	Так. Трохи	Так. Значно
моє вміння писати українською мовою покращилось;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моє вміння розмовляти українською мовою покращилось;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моє вміння сприймати на слух українську мову покращилось;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моє вміння розуміти прочитаний текст українською мовою покращилось;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моє вміння читати українською мовою вголос покращилось;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моє вміння робити дослідження покращилось;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моя здатність оцінити вірогідність джерела інформації покращилась;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моя здатність записати отриману інформацію українською мовою покращилась;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
мої знання про історію радіо розширились;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моє усвідомлення значення ролі, яку відіграє радіо в зміцненні світових зв'язків, покращилось;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
мої знання про сучасну українську музику покращились;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
я краще розумію, як працюють радіопрограми.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

б. Зі спільної праці нашої творчої групи я дізналася/дізнався, що...

---



---



---



---



---

- в. Ознайомившись із радіопрограмою іншої творчої групи, я дізналася/  
дізнався, що...

- г. Працюючи над цим розділом, я зробила/зробив для себе несподіване  
відкриття, що...

- г. Працюючи над розробленням та підготовою цієї радіопрограми, я  
відкрила/відкрив дещо нове про саму/самого себе, а саме: що...

д. Уміння та стратегії спільного навчання, які полегшили та покращили мою працю над розробленням та підготовою радіопрोगрами:

- уміння толерантно обмінюватися думками
- уміння уважно прислухатись до інших
- стратегія рівномірного розподілу праці між усіма членами творчої групи
- уміння не боятися брати на себе відповідальність за призначені завдання
- навички вчасного виконання завдання
- уміння позитивно сприйняти будь-яке завдання, навіть якщо воно мені не подобається
- уміння позитивно спілкуватися в групі
- уміння допомагати одне другому
- стратегія узагальнення багатьох думок/ідей (з метою кристалізації провідної думки)

е. Якщо б мені в майбутньому потрібно було виконати подібне завдання, мою працю покращили б такі зауваги:

---



---



---



---



---

є. Якщо мій вибір майбутньої професії зупиниться на засобах масової інформації (ЗМІ), я хотіла б/хотів би бути

тому що... 

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ж. Мій досвід двомовності та багатокультурності та всі уміння, пов'язані з ними, справді допомогли мені в праці над цим розділом, зокрема, коли...

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Самооцінювання рівня володіння українською мовою

Вибери відповіді, які найточніше передають твою самооцінку власних умінь і навичок щодо української мови, і зроби позначки у відповідних клітинках.

	значно поліпшилася	поліпшилася	не поліпшилася
Працюючи над цим розділом, я відчула/відчув, що:			
моя здатність розуміти когось, хто говорить по-українськи ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моя здатність розуміти те, що я читаю по-українськи ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моя здатність говорити українською мовою ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
моя здатність писати тексти і повідомлення по-українськи ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## Самооцінювання моєї праці над цим розділом

а. Працюючи над цим розділом, я навчилася/навчився:

---

---

---

---

---

---

б. Найбільше мені сподобалися такі види діяльності і вправ:

---

---

---

---

---

---

в. Пропозиції і зауваги:

---

---

---

---

---

---

Ім'я та прізвище	Дата

## Листок самооцінювання застосування навчальних стратегій

- а. Які попередні знання ти використала/використав для виконання Основного практичного завдання?

---



---



---



---



---



---

- б. Які зразки структур речень ти використала/використав, щоб створити власні тексти для твоєї радіопрограми?

- з «Будьмо разом! Мовна скарбничка. Розділ 1. Увага! Ми в прямому етері!»
- на основі зразків з журналів
- з вправ у «Будьмо разом! Учнівський зошит вправ. Розділ 1. Увага! Ми в прямому етері!»
- із статей у «Будьмо разом! Учнівський зошит вправ. Розділ 1. Увага! Ми в прямому етері!»
- з українських веб-сайтів
- інші (поясни):

---



---



---

в. До яких ресурсів ти зверталася/звертався, щоб створити та редагувати твою власну роботу?

- до «Будьмо разом! Мовна скарбничка. Розділ 1. Увага! Ми в прямому етері!»
- до твоїх нотаток
- до твоєї вчительки/твого вчителя
- до «Будьмо разом! Учні́вський зошит вправ. Розділ 1. Увага! Ми в прямому етері!»
- до словників
- до українських веб-сайтів
- до інших (поясни):

---

---

---

г. Який процес ти використала/використав для покращення своїх моделей та щоб зробити остаточну версію текстів для радіопрограми?

- BLM-28a. Перевірка письмової праці
- BLM-28b. Перевірка письмової праці (продовження)
- BLM-29. Перевірка незавершеної письмової праці
- BLM-30. Перевірка праці однокласника/однокласниці.

г. Яких граматичних правил ти дотримувалася/дотримувався для того, щоб покращити точність та ясність текстів для радіопрограми?

---

---

---

---

---

## Культурне самооцінювання

- а. Після завершення розділу та Основного практичного завдання я дізналася/ дізнався про себе таке:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

- б. Готуючи радіопрограму, я усвідомила/усвідомив, що володію такими особистими сильними якостями:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

- в. Усвідомлюючи свої сильні якості, я зрозуміла/зрозумів, що в майбутньому для мене можуть відкритися такі можливості:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Анкета стосовно засобів масової інформації (ЗМІ)

Заповни анкету, позначаючи таку відповідь або такі відповіді на наведені запитання, які б найкраще відображали твої навички та вподобання стосовно засобів масової інформації (ЗМІ).

### Радіо

1. Скільки ти маєш радіоприймачів?

жодного  один  два  три

2. Скільки радіостанцій ти можеш ловити у своєму регіоні?

менше, ніж п'ять  від п'яти до дев'яти  
 від десяти до чотирнадцяти  від п'ятнадцяти до двадцяти  
 понад двадцять

3. Чи маєш ти плеєр?

так  ні

4. Чи ти слухаєш радіо?

так  ні

*Якщо твоя відповідь «ні», переходи до запитання 12.*

5. Станції яких спрямувань ти слухаєш зазвичай?

з рок-музикою  з поп-музикою  з класичною музикою  
 з музикою «кантрі»  з джазовою музикою  з «ток-шоу»  
 з новинами

6. Яка твоя улюблена радіостанція?

---



---

7. Як часто ти слухаєш радіо?

щодня  майже щодня  один чи два дні на тиждень  
 три чи чотири дні на тиждень  часом  рідко



8. Коли ти найчастіше слухаєш радіо?
- зранку    по обіді    увечері    у будні дні  
 у вихідні дні    під час канікул
9. Скільки часу, в середньому, на тиждень ти приділяєш прослуховуванню радіопередач?
- менше, ніж годину    від однієї до семи годин  
 від восьми до чотирнадцяти годин    понад чотирнадцять годин
10. Де ти слухаєш радіо?
- у кімнаті    на кухні    у вітальні    в авті    у школі  
 в інших місцях (поясни):
11. Навіщо ти слухаєш радіо?
- щоб одержувати інформацію    щоб швидше пролетів час  
 щоб розважитись    щоб зняти напругу    щоб мати товариство

## Телебачення

12. Скільки ти маєш телевізорів?
- жодного    один    два    три
13. Чи ви маєте платні телеканали?
- так    ні
14. Якщо маєте, то чи передплачуєте ви канали:
- кабельні?    супутникові/сателітарні?
15. Чи ти дивишся телебачення?
- так    ні  
 Якщо твоя відповідь «ні», переходи до запитання 26.
16. Коли ти найчастіше дивишся телебачення?
- зранку    по обіді    увечері    у будні дні  
 у вихідні дні    під час канікул
17. Скільки годин на тиждень ти приділяєш переглядові телепередач?
- від 1 до 5    від 6 до 10    від 11 до 15    від 16 до 20  
 від 21 до 25    понад 25

18. З ким ти зазвичай дивишся телебачення?

- ні з ким     з другом/подругою     з друзями  
 з членами сім'ї

19. Як ти дивишся телебачення?

- уважно     тихо     виконуючи домашнє завдання  
 читаючи книжку, гортаючи журнал  
 обговорюючи передачі з іншими     виконуючи фізичні вправи  
 свій варіант:

20. Розстав відповідно до своїх уподобань види телепередач, які ти дивишся. Пропускай ті види, яких ти не дивишся.

- \_\_\_ комедії ситуацій  
 \_\_\_ мультфільми  
 \_\_\_ документальні фільми про політику  
 \_\_\_ документальні фільми про мандрівки  
 \_\_\_ естрадні програми  
 \_\_\_ телевістави  
 \_\_\_ навчальні програми (кухня, наука, ремонт, садівництво, математика тощо)  
 \_\_\_ музичні програми  
 \_\_\_ детективні серіали  
 \_\_\_ релігійні програми  
 \_\_\_ передачі про природу  
 \_\_\_ передачі про довкілля  
 \_\_\_ спортивні програми  
 \_\_\_ телесеріали  
 \_\_\_ художні фільми  
 \_\_\_ телеігри  
 \_\_\_ теленовини  
 \_\_\_ «ток-шоу»  
 \_\_\_ телемагазини

21. Які передачі ти любиш дивитися? Вкажи п'ять назв передач, починаючи з найулюбленішої.

- а. \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

б. \_\_\_\_\_

в. \_\_\_\_\_

г. \_\_\_\_\_

г. \_\_\_\_\_

22. Чи ти записуєш передачі, щоб подивитися їх пізніше?

так  ні

23. Якщо «так», то чому ти дивишся їх пізніше?

- Я маю інші справи під час їхнього показу.
- Я дивлюсь інші передачі під час їхнього показу.
- Я люблю мати змогу пропускати рекламу, перемотуючи запис вперед.
- Я люблю мати змогу перемотувати запис назад і по кілька разів переглядати деякі епізоди.
- Я люблю мати змогу передивлятися ту саму передачу по кілька разів.

24. Як ти вибираєш передачі для перегляду?

- Я дивлюсь телепрограму.
- Я дивлюсь те, що інші.
- Я вмикаю телевизор і дивлюсь перше, що видасться мені цікавим.
- Я слухаю порад моїх друзів.
- Я шукаю з допомогою пульта (дистанційного керування) найкращу передачу з тих, які транслюються у цей час.

25. Навіщо ти дивишся телебачення?

- щоб одержувати інформацію
- щоб швидше пролетів час
- щоб розважитись
- щоб розслабитися/зняти напругу
- щоб мати товариство

## Кіно

26. Чи ти дивишся фільми?

так  ні

Чому?

---



---



---



---

*Якщо твоя відповідь «ні», переходи до частини «Преса» (запитання 31).*

27. Приблизно скільки фільмів на місяць ти дивишся:

\_\_\_ у кінотеатрі?

\_\_\_ на телебаченні?

\_\_\_ на програвачі DVD або відеокасет?

28. Розстав за порядком значущості для тебе такі властивості фільмів:

\_\_\_ сюжет

\_\_\_ ідея

\_\_\_ музика

\_\_\_ декорації

\_\_\_ акторки/актори

\_\_\_ костюми

\_\_\_ освітлення

\_\_\_ спецефекти

29. Розстав відповідно до своїх уподобань жанри кінофільмів, які ти любиш дивитися. Пропускай ті жанри, яких ти не дивишся.

\_\_\_ музичні комедії

\_\_\_ кінокомедії

\_\_\_ фільми про кохання

\_\_\_ мультиплікаційні фільми

\_\_\_ пригодницькі фільми

\_\_\_ шпигунські фільми

\_\_\_ фільми жахів

\_\_\_ фільми-катастрофи

\_\_\_ фільми про війну

\_\_\_ науково-фантастичні фільми

\_\_\_ історичні фільми

\_\_\_ детективи

\_\_\_ вестерни

30. Вкажи п'ять улюблених фільмів, починаючи з найулюбленішого.

Також вкажи жанр фільму.

а. Назва фільму \_\_\_\_\_

Жанр \_\_\_\_\_

б. Назва фільму \_\_\_\_\_

Жанр \_\_\_\_\_

в. Назва фільму \_\_\_\_\_

Жанр \_\_\_\_\_

г. Назва фільму \_\_\_\_\_

Жанр \_\_\_\_\_

г. Назва фільму \_\_\_\_\_

Жанр \_\_\_\_\_

### Преса

31. Скільки газет випишує твоя родина?

жодної  одну  дві  три

Яку/Які:

---

---

---

32. Чи ти читаєш газети?

так  ні

Чому?

---

---

---

Якщо твоя відповідь «ні», переходи до запитання 36.

33. Розстав відповідно до своїх уподобань газетні рубрики, які ти читаєш.  
Пропускай ті, яких ти не читаєш.

___ коментарі	___ перша сторінка
___ міжнародні новини	___ національні новини
___ регіональні новини	___ новини
___ кінорецензії	___ передові статті

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> листи читачів        | <input type="checkbox"/> редакційні статті |
| <input type="checkbox"/> заголовки в рубриках | <input type="checkbox"/> мода              |
| <input type="checkbox"/> мистецтво і театр    | <input type="checkbox"/> дозвілля          |
| <input type="checkbox"/> кіно                 | <input type="checkbox"/> економіка         |
| <input type="checkbox"/> здоров'я             | <input type="checkbox"/> подорожі          |
| <input type="checkbox"/> автомобілі           | <input type="checkbox"/> кухня/ресторани   |
| <input type="checkbox"/> гороскоп             | <input type="checkbox"/> комікси           |
| <input type="checkbox"/> кросворди            | <input type="checkbox"/> некрологи         |

34. Як часто ти читаєш газети?

- щодень     майже щодень     у вихідні  
 два чи три дні на тиждень

35. Навіщо ти читаєш газети?

- щоб одержувати інформацію     щоб швидше пролетів час  
 щоб розважитись     щоб розслабитися/зняти напругу

### Загальні запитання

36. Яким джерелом інформації ти переважно користуєшся?

- радіо     телебачення     газети     журнали  
 рекляма     сім'я     друзі

37. Яке, на твою думку, найкраще джерело інформації?

Джерело:

---

Причина:

---



---



---

### Рекляма

38. Які рекламні повідомлення привертають твою увагу найбільше? Ті, що ...

- приваблюють око.



- є кумедними/смішними/дотепними.
- є оригінальними.
- збуджують емоції.
- містять елемент несподіванки.
- містять гасло.
- мають гучний або ритмічний музичний супровід.
- мають офіційний характер.
- представляють видатну особу.
- представляють людей похилого віку.
- представляють дітей.
- представляють тварин.
- представляють молодь.
- використовують мультиплікацію.

39. Розстав за значущістю джерела тих рекламних повідомлень, які найбільше на тебе впливають. Реклама ...

- |                  |                                    |
|------------------|------------------------------------|
| ___ в журналах.  | ___ в газетах.                     |
| ___ на вулицях.  | ___ зовні або всередині автобусів. |
| ___ в Інтернеті. | ___ на телебаченні.                |
| ___ на радіо.    |                                    |

40. Як гадаєш, чи впливає реклама на твій вибір товарів і послуг?

- сильно    дещо    дуже мало    зовсім ні

#### Особисті запитання

41. Якби ти могла/міг змінити програму передач на радіо, що б ти зробила/зробив?

---

---

---

---

---

42. Якби ти могла/міг змінити програму передач на телебаченні, що б ти зробила/зробив?

---

---

---

---

---

---

43.

а) Що тобі подобається у сучасних фільмах?

---

---

---

---

---

---

б) Що не подобається?

---

---

---

---

---

---

44. Якби ти була журналісткою/був журналістом, за яку рубрику ти хотіла б/хотів би відповідати? Чому?

---

---

---

---

---

---

45. Якби ти не мала/мав упродовж місяця доступу до радіо, телебачення та фільмів, то як би змінилося твоє життя?

---

---

---

---

---

46. Без якого засобу масової інформації ти могла б/міг би обійтися цілий місяць?

---

---

---

---

---

47. Котрий ЗМІ, на твою думку, продовжуватиме існувати в майбутньому найдовше? Чому?

---

---

---

---

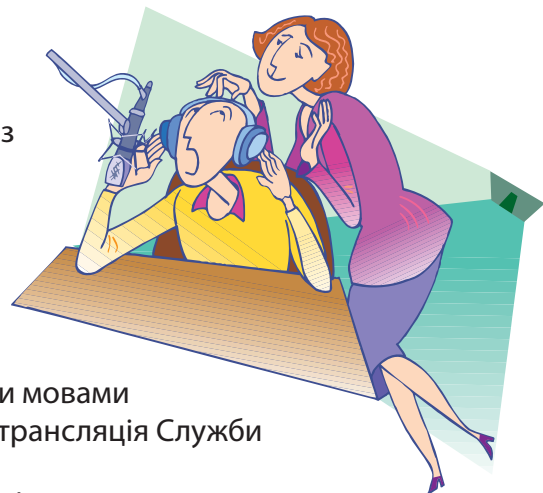
---

## Деякі факти про радіо

Радіо — масовий засіб комунікації, який має величезний вплив на людей; передає звук здалека; головний комунікаційний зв'язок, бо зближує людей, інформуючи їх про події у світі.

### Види радіопередач

1. новини — вісті про події в світі, у державі, у громаді; містять новини спорту й прогноз погоди
2. розмовні програми/ток-шоу — інтерв'ю з відомими особами; слухачі телефонують і ставлять запитання, висловлюють свої зауваження
3. реклами/оголошення
4. етнічні програми — транслюються різними мовами
5. релігійні програми — різні віровизнання, трансляція Служби Божої, співання релігійних гімнів тощо
6. мистецькі/музичні програми — опера, симфонічні концерти, солісти тощо
7. спортивні програми — звичайно інтерв'ю з особами, пов'язаними зі спортом
8. передачі спортивних матчів/ігри — прямі репортажі про футбол, хокей тощо
9. культурні програми — музика, інтерв'ю з представниками різних культур тощо
10. політичні програми — результати виборів, політичні промови, тощо
11. дитячі програми — звичайно розповіді казок



### Чому люди слухають радіопрограми?

Радіопрограми різняться залежно від країни, але спільним між ними є те, що в усіх країнах програми є головно для розваги й інформації. Більшість радіопрограм у Канаді є для розваги.

### Радіопрограми є

- а. інформативні;      б. пізнавальні;      в. розважальні;

Часом люди слухають радіо, щоб не нудьгувати — радіо говорить до них або впливає на їхній настрій. Наприклад, радіо в авті говорить до слухачів, а музика розважає й підбадьорює їх.

## Радіо як засіб масової комунікації

Радіо — це один з найважливіших засобів комунікації. Воно дає людям можливість передавати усну мову, музику, коди й інші комунікаційні сигнали крізь простір до будь-якої частини світу. Користуючись радіом, люди також можуть посилати сигнали далеко в простір.

Одним з найбільш поширених і загальновідомих способів застосування радіо є радіомовлення. Радіомовлення — передає музику, новини, дискусії, інтерв'ю, репортажі про спортивні ігри, реклами. Людей будять радіогодинники. Люди їдуть на роботу, слухаючи радіо в авті, і проводять вільний час, слухаючи улюблені передачі.



Діти слухають радіо, Калгарі, Альберта. [прибл. 1920 роки]

*Used with permission.  
Glenbow Archives NA-2903-55.*

Радіомовлення колись мало ту саму розважальну роль, яку тепер виконує телебачення. Від 1920-их років до 1950-их років родини в Канаді й США сходилися навколо радіо щовечора. Слухали вони радіодрами, комедії, естрадні концерти, музику й інші програми. Цей період, знаний як «Золотий вік радіо», закінчився з приходом телевізора у 1950-их роках.

Крім радіомовлення є й інші вжитки радіо. Пілоти літаків, астронавти, робітники-будівельники, поліція, моряки, військові, водії таксі, робітники на ранчо й інші люди вживають радіо для швидкої комунікації. Науковці посилають радіохвилі в простір, щоб довідатися про прогноз погоди. Телефонні й телеграфні станції надсилають вістки за допомогою радіо, а також телефонних і телеграфних ліній. Багато людей володіють аматорськими радіостанціями.



Чарльз Линдберг з своїм літаком у Черчилі, Манітоба. [1931 рік]

*Used with permission.  
Glenbow Archives PA-3620-4.*



Енні Морров-Линдберг була другим пілотом, навігатором та радіооператором під час відомого перелету. [1931 рік]

*Used with permission.  
Glenbow Archives PA-3620-5.*

Радіо перетворює звуки або інші сигнали в електромагнітні хвилі. Ці хвилі подорожують через повітря й через простір. Вони також можуть переходити через деякі тверді предмети, наприклад, через стіни будинків. Радіохвилі поширюються зі швидкістю світла — 186,282 милі (299,792 кілометрів) за секунду. Коли вони досягають радіоприймача, той перетворює їх на звуки.



Радіопередачі передають із радіостанцій. Кожна країна в світі має принаймні одну радіостанцію, а всього разом існує більше ніж 25000 радіостанцій у світі. Люди в цілому світі мають більше ніж 1 мільярд радіо або, пересічно, одне радіо на чотирьох осіб.

Одна з найголовніших причин поширеного вжитку радіо — це його портативність, радіо легко переносити з одного місця на інше. Деякі великі радіо працюють на електриці, але є й мільйони маленьких, легких радіо, які працюють на батарейках. Люди слухають такі радіо всюди — у хаті, на подвір'ї, біля озера, ідучи вулицею. Майже всі авта в Канаді мають радіо. Завдяки своїй портативності радіо, які працюють на батарейках, є дуже вигідними, та особливо потрібні вони в таких місцях світу, де електрики немає. Для людей у таких місцях радіо на батарейках є одним із небагатьох контактів з рештою світу.



Радіоведучі з листами слухачів, станція «CFCN» Калгарі, Альберта. [1940-і роки]

*Used with permission.  
Glenbow Archives NA-2771-9.*



Жінка пере білизну і слухає радіо через навушники, околиця Калгарі, Альберта. [1922 рік]

*Used with permission.  
Glenbow Archives NA-1319-1.*



## Спочатку було слово...

### Досягнення канадського винахідника Реджинальда Авбрія Фессендена

Чомусь про досягнення канадського винахідника Реджинальда Авбрія Фессендена мало написано. 24-го грудня 1906-го року о 9-й годині вечора Реджинальд Фессенден передав радіом людський голос із містечка Брант-Рок, що біля Бостона, Масачусетс, до кораблів у морі.

Ведучим радіопередачі був сам Фессенден. Спочатку Фессенден оголосив зміст програми, себто, щоб саме слухачі почують у цій першій радіопрограмі, а потім передав в етер запис композиції музичного твору «Ларго» німецького композитора Георга-Фридриха Генделя. Встановив він, таким чином, два рекорди: перший запис на першій радіопередачі. Потім Фессенден загравав на скрипці різдвяну колядку «Свята ніч» і проспівав останній рядок, граючи на скрипці. Його дружина, пані Гелен



Фессенден працює над своїм винаходом.

Переглянуто 3 серпня 2011.  
<http://www.modestoradiomuseum.org/fessenden.html>



Канадська марка, випущена 25 червня 1987 р., вшановує Р. Фессендена

© Canada Post Corporation (1987).  
Reproduced with Permission.

Фессенден, і секретарка, панна Бент, мали прочитати кілька уривків з Біблії, які стосуються різдвяних свят. Коли прийшов час їм читати, вони так перелякалися, що не могли вимовити жодного слова. Фессенден забрав у них мікрофон і сам прочитав уривки з Біблії, серед яких був «Слава Богу на висоті, і на землі мир, у людях добра воля» (Лука, II Глава). Фессенден закінчив радіопередачу, бажаючи слухачам веселих свят, і попросив їх надіслати йому зауваження про цю передачу.

Велика кількість листів свідчила про те, що Фессенден винайшов радіо. З технічної точки зору, він винайшов радіотелефонію, або те, що радіослухачі назвали б «правдивим» радіом. Марконі передавав тільки код Морзе на радіо. Фессенден справді міг твердити, що саме він був винахідником радіо. Він думав, що всі дізнаються про його винахід і будуть його підтримувати. На жаль, його не визнали. Ніхто не вважав

його за винахідника радіо. Він утратив свої патенти, а інші здобули славу і розбагатили. Фессендена згадано тільки в статті про його маму, Клементину Фессенден, в «Енциклопедії Канадіяна», яка запровадила День імперії в Канаді. Реджинальда згадують як одного з її чотирьох синів, «винахідника бездротового телефону, радіокомпаса й кулі для кулемета. Він також винайшов перший телевізор у Північній Америці в 1919-му році».

**5.1****Знайди найважливіші деталі тексту**

Напиши короткі відповіді на такі запитання:

а. Ким був Реджинальд Авбрій Фессенден?

---

---

---

---

б. Що він винайшов? Що він зробив?

---

---

---

---

в. Коли це сталося?

---

---

---

---

г. Звідки й куди вперше передано людський голос на радіо?

---

---

---

---

г. Хто був ведучим першої радіопередачі?

---

---

---

---

д. Які два рекорди встановив Фессенден?

---

---

---

---

е. Який запис Фессенден транслював у своїй першій радіопередачі?

---

---

---

---

є. Яку композицію Фессенден загравав на скрипці?

---

---

---

---

ж. Хто мав читати Біблію, і що саме звідти вони мали прочитати?

---

---

---

---

з. Чому вони нічого не прочитали?

---

---

и. Хто забрав у них мікрофон і що він прочитав?

---

---

---

---

і. Що свідчило про те, що Фессенден винайшов радіо?

---

---

---

---

ї. Що він технічно винайшов?

---

---

---

---

й. Чи Фессенден отримав визнання за свій винахід?

---

---

---

---

к. Що Марконі передав по радіо?

---

---

---

---

л. Що далі сталося з Фессенденом?

---

---

---

---

м. Де згадане ім'я Фессендена?

---

---

---

н. Чому ім'я Клементини Фессенден подане в енциклопедії?

---

---

---

---

о. Назви чотири винаходи Реджинальда Фессендена.

---

---

---

---



## 5.2

### Розуміння послідовности розвитку подій

Зазнач цифрами послідовність компонентів радіопередачі Фессендена 24 грудня 1906 р.

- \_\_\_ запис Генделя «Ларго»
- \_\_\_ співання колядки «Свята ніч»
- \_\_\_ різдвяні побажання
- \_\_\_ зміст програми
- \_\_\_ читання уривків із Біблії
- \_\_\_ гра різдвяної колядки «Свята ніч» на скрипці
- \_\_\_ прохання до радіослухачів писати листи



Фессенден (праворуч) з двома помічниками в лябораторії на радіостанції в містечку Брант-Рок (1906-ий рік).

*This image is provided courtesy of the NORTH CAROLINA STATE ARCHIVES and protected by copyright law, Title 17 US Code. Reproduced with permission.*



Фессенден і його співробітники в містечку Брант-Рок.

*This image is provided courtesy of the NORTH CAROLINA STATE ARCHIVES and protected by copyright law, Title 17 US Code. Reproduced with permission.*

Цинцар-Гришук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої кляси : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Гришук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 56–58

Stewart S. A Pictorial History of Radio in Canada [Текст] / Stewart S. — Toronto : Gage Pub., 1975. — С. 13–35



## Знайди слово. Винахід — радіо

г	р	а	н	н	я	м	а	л	а	к	р	а	т	е	р	к	е	с
н	в	с	і	р	а	д	і	о	п	е	р	е	д	а	ч	а	п	к
і	и	в	г	о	л	о	с	л	у	х	а	ч	і	с	а	р	о	о
з	д	і	о	х	о	с	и	н	р	л	а	в	а	л	с	а	в	р
д	н	д	р	а	у	я	ґ	п	а	і	р	е	к	о	р	д	і	о
о	о	ч	р	б	р	г	з	е	д	р	о	т	и	в	ґ	і	р	с
б	в	и	о	в	и	н	о	х	і	д	н	и	к	о	д	о	я	т
у	а	л	з	и	в	е	п	р	о	г	р	а	м	а	з	т	т	р
л	в	и	і	з	к	н	о	е	у	с	т	а	і	м	п	е	ь	і
и	і	к	в	н	и	н	в	з	і	я	л	у	к	і	а	л	б	л
т	п	з	е	а	с	я	і	ю	г	а	м	е	р	т	т	е	в	е
и	с	г	л	в	т	с	д	м	о	р	з	е	о	л	е	ф	а	н
д	д	а	е	а	р	т	а	е	т	е	л	е	ф	о	н	о	д	а
р	і	д	т	в	і	о	ч	і	с	а	п	м	о	к	т	н	е	в
е	в	а	в	и	ч	н	і	к	а	з	с	і	н	ш	и	і	р	і
в	е	н	ц	и	к	л	о	п	е	д	і	я	в	у	с	я	е	п
т	е	е	и	л	а	т	и	ч	д	і	в	з	а	п	и	с	п	с
п	р	а	в	д	и	в	е	к	и	г	а	в	у	а	з	о	к	о

видно	передав
визнавав	повірять
відспівав	правдиве
відчитали	програма
голос	радіо
грання	радіопередача
досягнення	радіотелефонія
дроти	резюме
енциклопедія	рекорд
закінчив	свідчили
запис	секретарка
оповідач	син
зауваги	скоростріл
згадане	слава
здобули	слово
код	слухачі
компас	стрічка
куля	твердити
мікрофон	телевізор
морзе	телефон
оспіване	уривки
патенти	уста

Цинцар-Гришук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої кляси : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Гришук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 125

## Канада і Сполучені Штати Америки змагаються за першість у радіопередачі. Шукаємо головну ідею тексту

Кожний абзац має головну ідею — думку. Ця головна ідея може бути висловлена в початковому реченні, у реченні десь посередині абзацу або в останньому реченні. Підкресліть речення з головною ідеєю, а тоді запишіть головну ідею абзацу під кожним абзацом.

### §1.

Американці твердять, що радіостанція «KDKA» в Пітсбурзі була першою радіостанцією в Північній Америці, а канадці вважають, що радіостанція Марконі «ХМА» в Монреалі, була першою радіостанцією. Обидві станції експериментували з радіопередачами (до місцевих радіоаматорів) у 1919-му році. Не існує офіційного документа, щоб довести, коли ці радіостанції передали першу радіопередачу. Виникає запитання: «Яка країна мала першу радіостанцію: Канада чи Сполучені Штати Америки?»



Радіоператор, Лакомб, Альберта. [прибл. 1910–1935]

*Used with permission.  
Glenbow Archives ND-2-399.*

### §2.

Якщо взяти заплановану радіопередачу як відправний пункт, канадська станція «XWA» випередила американську станцію «KDKA». Першою запланованою радіопередачею в Північній Америці була музична програма, передана радіостанцією «XWA» з Монреаля до Оттави 20-го травня 1920-го року. Члени канадського товариства «Роял сосаєті» слухали цю передачу під час свого чергового зібрання. Першу заплановану передачу з радіостанції «KDKA», що в Пітсбурзі, Пенсильванії, передано 2-го листопада 1920-го року. Це була передача про результати президентських виборів, коли на пост президента балотувалися Гардинг і Кокс. Приблизно в ті самі роки Голляндія й Англія теж почали транслювати передачі на радіо.

## §3.

Наприкінці двадцятих років майже всі заможні люди в Північній Америці мали радіо. Вони слухали здебільшого передачі великих американських радіостанцій. Канадські радіостанції, які існували в той час, не мали великої публіки з таких причин: канадський уряд не давав їм грошової підтримки, канадські програми не відрізнялися значно від американських програм — американські програми навіть були кращими.

## §4.

Гокей першим спонукав канадців слухати канадські радіопередачі. В Америці кінотеатри набули популярності, й американці почали ходити в кіно суботніми вечорами. У Канаді в той час було мало кінотеатрів. Тому канадці здебільшого сиділи вдома і слухали радіо. Оскільки в Сполучених Штатах з'явився звичай ходити в кіно по суботах, американські радіостанції не подавали списку радіопрограм на той вечір. Отже, замість того, щоб слухати американські радіопередачі в суботу ввечері, канадці слухали гокей на радіо. Радіопередачі з гокею замовляла компанія «Дженерал Моторз». Радіореклями цієї компанії фінансово підтримували радіопередачі гокейної гри. Гокей став популярним канадським спортом. Канадець Фостер Гювітт спопуляризував гокей у Канаді завдяки своїм суботнім гокейним радіокоментарям.



Пряма радіопередача гокейної гри, Монреаль, Квебек.  
[прибл. 1940–1950-і роки]

*Used with permission. Glenbow Archives IP-13W-8.*

## §5.

Однак, хоча передачі гокейних ігор на радіо були популярними, канадці продовжували слухати всі інші програми на американських радіостанціях. Серед американських програм, які слухала канадська публіка, були «Дженерал Моторз», «Дженерал Електрик» і «Віктор».





У приміщенні канадської радіостанції «СКСК», Реджайна, Саскачеван. [1922 або 1923]

*Used with permission. Glenbow Archives NA-1574-1.*

29-го жовтня 1929-го року почалася «Велика криза» в Північній Америці. Така безплатна розвага, як слухання радіо, стала ще привабливішою для канадців. Безробітні й ті, які не могли фінансово собі дозволити іншої розваги, сиділи вдома і слухали радіо. Але все-таки не було в Канаді справжнього канадського радіо, крім програм «Сі-Ен-Ар», які транслювали пару годин щотижнево. Були радіостанції, якими керували фірми, що продукували радіо. Також були радіостанції, власником яких була преса. Альбертський університет, університет «Квінс» і провінційний уряд Манітоби теж мали власні радіостанції. Радіоаматори мали власні радіостанції, що зумовило появу більшої кількості радіопердач. На жаль, програми цих радіостанцій були нижчої якості, ніж американські програми, що транслювалися великими американськими радіостанціями.

## §6.

У 1929-му році канадське радіо отримало фінансову підтримку від несподіваного джерела — від церков. Радіо стало важливим комунікаційним зв'язком церков із віруючими. У Канаді з'явилися різні релігійні радіостанції. Свідки Єгови, римо-католики й баптисти, наприклад, підтримували радіостанції по всій Канаді й передавали власні радіопрограми. Більше канадців почало слухати ці канадські радіопередачі.



Церковний хор Кальвіністської угорської Пресвітеріанської церкви біля входу до радіостанції «СJСJ», Калгарі, Альберта. [прибл. 1940 рік]

*Used with permission. Glenbow Archives NA-5212-1.*

§7.

Радіопрограми канадських радіостанцій до того часу не були регульовані урядом. Із зростанням кількості релігійних радіопередач, а також із появою політичних програм на радіо, люди почали противитися тому, що іноді чули. Казали, що деякі програми — пропаганда. Почався конфлікт між публічними й приватними радіостанціями. Тому в 1936-му році уряд під проводом МакКензі Кінга заснував канадську корпорацію, завданням якої було регулювати радіомовлення. Ця корпорація називалася «Сі-Бі-Сі».

---

---

---

Stewart S. A Pictorial History of Radio in Canada [Текст] / Stewart S. — Toronto : Gage Pub., 1975. — С. 13–35

Цинцар-Гришук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Гришук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 60–61



## Деякі факти про новини радіо

### Види новин радіо

- а) світові/міжнародні новини
- б) державні новини
- в) провінційні новини
- г) місцеві новини
- ґ) спортивні новини
- д) прогноз погоди
- е) спеціальна передача новин — передача з місця події: спортивні змагання, вибори, політичні збори, промова прем'єр-міністра, запуск ракети в космос тощо
- є) культурні новини — нові кінофільми, нові аудіоальбоми, турне відомих поп-зірок/музичних груп, важливі події в житті акторів чи кінозірок тощо
- ж) редакційна стаття



### Організація загальних новин

- а) групування за темою
- б) групування за географічним положенням (напр., Північна Америка, Європа, Азія, Південна Америка, Австралія)
- в) групування за наступними категоріями: міжнародні, державні, провінційні, місцеві новини
- г) організація від найважливішої новини (яка б зацікавила слухачів) до найменш важливої новини

Новини переважно передають, починаючи від найважливішої міжнародної події і закінчуючи найменш важливою місцевою подією.

Згаданий вище спосіб організації новин є найбільш популярним. Кожна новина повинна відповідати на такі запитання: Хто? Що? Де? Коли? Як? і (якщо можливо) Чому?

### Стили передавання новин

- а) просте оголошення новин — без коментарів — звичайно читають контрольованим, рівним голосом без емоцій, але не монотонно
- б) оголошення новин із супровідним коментарем звичайно читають із більшим колоритом у голосі, з емоціями. Коментарі мусять представляти принаймні дві різні точки зору. Репортери отримують інформацію через «Associated Press» або «Associated Press International».

## Новини спорту

Звичайне оголошення новин спорту зосереджується на оголошенні результатів спортивних ігор і на новинах, які стосуються спорту взагалі. Деякі радіостанції, під час оголошення спортивних новин, передають тільки результати спортивних змагань. Інформацію, яка походить з різних джерел, часто треба переписувати, щоб вона якомога більше відповідала радіопрограмі й характерові радіокоментатора.

Інша форма спортивних новин — це програма, яка зосереджується на записаних інтерв'ю з відомими в спортивному світі особами, на переказі чи інсценуванні спортивних подій або на поясненнях якихось подій чи тем у спорті.

Ще один вид спортивної передачі — це репортажі про спортивні ігри (футбол, хокей, бейсбол).

## Організація новин спорту

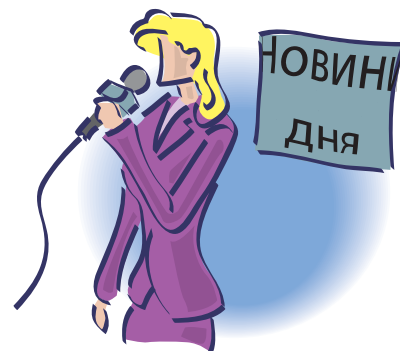
Найпопулярнішим способом організації звичайних новин спорту є: почати з подій, що стосуються найбільш популярного виду спорту в сезоні, далі варто оголосити всі результати спортивних ігор чи змагань, потім оголосити новини про менш популярні види спорту, закінчуючи найменш важливим видом спорту.

Спочатку говорять про найважливішу новину в кожному виді спорту. Для кожного виду спорту послідовність повинна бути такою: результати ігор, загальні новини (заміни, пошкодження тощо) і оголошення наступних ігор чи змагань. Якщо, наприклад, травми якогось гравця або наступна гра є більш важливою інформацією, ці новини стають першорядними. Переважно місцеві новини спорту переплітаються з національними чи міжнародними новинами. Зрідка місцеві новини спорту передають на початку програми. Формати бувають різними.

## Послідовність передавання новин

1. загальні новини
2. спортивні новини
3. прогноз погоди
4. культурні новини
5. коментар

Ця послідовність може іноді змінюватися.



## Деякі факти про інтерв'ю на радіо

### Підготовка інтерв'ю

Уповні підготовлене інтерв'ю має закінчений сценарій, що включає заздалегідь підготовлені запитання журналістки/журналіста й відповіді гостя.

Частково підготовлене інтерв'ю з пляном — це інтерв'ю, де загальні запитання й відповіді є підготовлені, але не дослівно.

Непідготовлене інтерв'ю — це таке інтерв'ю, де журналістка/журналіст і гість не підготовлюють запитань та відповідей. Журналістка/журналіст вирішує під час інтерв'ю, що вона/він буде питати і як провадитиме інтерв'ю далі. Напряма інтерв'ю може в будь-який час змінитися залежно від відповідей гостя.



Дуже рідко інтерв'ю бувають повністю підготовленими або абсолютно непідготовленими. Непідготовлене інтерв'ю небезпечне, оскільки вимагає від журналістки/журналіста вміння підбирати, пристосовувати й організувати відповідні запитання під час самого інтерв'ю. У такому випадку вона/він не може повністю зосередити свою увагу на відповіді гостя, оскільки мусить думати про наступне запитання. Вона/Він також не має часу подбати про те, щоб її/його гостя почувалася/гість почувався вільно. Повністю підготовлене інтерв'ю із закінченим сценарієм може вийти штучним та монотонним, за винятком таких випадків, коли журналістка/журналіст і гостя/гість є надзвичайно талановитими акторами, які вміють так представити інтерв'ю, щоб змусити слухачів думати, що вони говорять вільно, спонтанно, а не читають. Це трапляється дуже рідко.

Ось чому майже всі інтерв'ю є частково підготовленими. Журналістка/Журналіст підготовлює плян і ряд запропонованих запитань і відповідей. Щоб зорганізувати свої запитання в логічний порядок, журналістка/журналіст, звичайно, мусить знати, як гостя/гість відповість на її/його запитання. Часом журналістка/журналіст і гостя/гість мають змогу зустрітися перед інтерв'ю й продискутувати те, про що будуть говорити під час інтерв'ю. Іноді журналістка/журналіст навіть дає гості/гостеві всі запитання наперед, щоб гостя могла/гість міг підготувати свої відповіді. Гостя/Гість на базі своїх відповідей допомагає журналістці/журналістові встановити логічну послідовність запитань й визначити напрям інтерв'ю. Одночасно журналістка/журналіст має нагоду підготувати глибші запитання, щоб ширше розкрити тему бесіди. Якщо журналістка/журналіст і гостя/гість не мають можливості зустрітися перед інтерв'ю, журналістка/журналіст мусить передбачити, як гість відповідатиме на її/його запитання.

Усі інтерв'ю (повністю підготовлені, частково підготовлені та непідготовлені) включають підготовлене представлення гостя й теми бесіди та закінчення. Також ведучий, котрий проводить інтерв'ю, повинен знати, коли треба подати в етер рекламу, а коли — закінчити інтерв'ю. Це залежить від часу.

## Види інтерв'ю

Існують три головні види інтерв'ю:

1. інтерв'ю з поданням точки зору
2. інформаційне інтерв'ю
3. інтерв'ю з відомою особою



Ведуча/Ведучий, яка/який проводить інтерв'ю, може також використовувати елементи всіх трьох видів інтерв'ю.

### 1. Інтерв'ю з поданням точки зору

Інтерв'ю з поданням точки зору зосереджується на думках або переконаннях якоїсь особи. Переважно це інтерв'ю з визначними людьми, спеціалістами в певній ділянці. Тому інтерв'ю з такими гостями зазвичай передає слухачам якісь повідомлення, а також інформує їх про самих гостей — дискусія щодо характеру, способу життя тощо. Цей вид інтерв'ю включає інтерв'ю з людьми на вулиці. Журналістка/Журналіст мусить мати підготовлене представлення та запитання.

### 2. Інформаційне інтерв'ю

Інформаційне інтерв'ю — це переважно послуга публіці. Гостя/Гість може бути або маловідомою особою, або визначною спеціалісткою/визначним спеціалістом у якійсь ділянці. Оскільки головною настановою такого інтерв'ю є передання інформації, його готують відповідно до сценарію. Гостя/Гість може передати слухачам тільки факти, або вона/він може додати до фактів власну думку. Якщо гостя/гість не є доброю акторкою/добрим актором, то краще підготувати детальний плян, і зустрітися з гостею/гостем перед інтерв'ю, щоб обговорити хід бесіди.

### 3. Інтерв'ю з відомою особою

Це інтерв'ю базується на людських зацікавленнях. Інтерв'ю з відомою особою можна скерувати в одному з таких напрямів: запитання, засоромлення або лестощі, або навіть і скомбінувати усі три напрями. Сьогодні найвдалішим є таке інтерв'ю з відомою особою, яке комбінує запитання про думки, переконання, дії даної особи й містить поради від цієї особи. Журналістка повинна/Журналіст повинен



підготуватися до такого виду інтерв'ю. Для цього потрібно знати всі факти життя своєї гості/свого гостя (мусить провести невелике дослідження) і скласти детальний план інтерв'ю. Журналістка/Журналіст обов'язково повинна/повинен зустрітися з гостею/гостем перед інтерв'ю.

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 73–74

## Роля музики в радіопередачі

Музика відіграє важливу роль у радіопередачі. Добре підібрана музика творить настрій для новин, реклами і оголошень. Під час «Золотого віку радіо» музика була дуже важливою у творенні настрою в радіотеатрі. Ця музика допомагала викликати в слухачів відповідні почуття-емоції радості, тривоги, суму, страху, хвилювання тощо. За допомогою музики також створювали деякі звукові ефекти, які допомагали слухачам уявити місце й час дії. Уривки з музичних творів уживають для заповнення часу між блоками в радіопрограмі. Музика (пісня або інструментальний твір) — це головна форма розваги на радіо. Коли включаємо радіо, чуємо музики більше, ніж будь-чого іншого.

На радіо чуємо всілякі музичні програми. Деякі радіостанції передають музику різних жанрів: модерну музику, рок музику, класичну музику, а також стару популярну музику. Інші станції воліють передавати музику лише одного жанру.

Радіостанції, які передають музику, змагаються з іншими радіостанціями, намагаючись привабити якнайбільше слухачів. Ведучі, які оголошують музичні твори й передають коментарі про них, відіграють важливу роль. Кожна радіостанція намагається мати таких ведучих, які своїм стилем та характером зацікавили б більше слухачів.

Коли ведуча/ведучий оголошує якусь пісню чи музичний твір, вона/він звичайно оголошує назву пісні й імена виконавців. Часом вона/він оповідає дещо про стиль музики, коли цей музичний твір було написано, про музикантів (напр., що з ними тепер діється, їхній світогляд, що хочуть музиканти сказати своєю музикою). Іноді ведуча/ведучий навіть пояснює, що спонукало музикантів та піснярів написати цей твір. Найкращі ведучі багато знають про музику й цікавляться найновішими подіями в музичному світі. Це все вони повідомляють своїм слухачам.

Музичні радіопередачі зазвичай мають якусь центральну тему. Центральна тема передачі може зосереджуватися на артистах, на музичних творах, які оспівують цю тему (літо, вакації, кохання тощо), на музиці, написаній у такому-то році чи періоді, на найновіших вокально-інструментальних творах і т. ін. Добрі ведучі швидко і вміло підбирають і пристосовують музику до головної теми. Іноді вони навіть включають інтерв'ю з музикантами та співаками, щоб збагатити свою передачу.



**10.1****Запитання для перевірки розуміння прочитаного**

Напиши відповіді на такі запитання

а. Як використовують музику в радіопередачі?

---

---

---

---

б. Як застосовували музику в радіотеатрі під час «Золотого віку радіо»?

---

---

---

---

в. Назви головну форму розваги на радіо.

---

---

---

---

г. Які музичні жанри ти знаєш?

---

---

---

---

г. Чому радіостанції, які транслюють музику, змагаються між собою?

---

---

---

---

д. Яких ведучих шукає кожна станція?

---

---

---

---

е. Про що ведуча/ведучий може оповідати слухачам, коли оголошує пісню?

---

---

---

---

є. Які головні теми розвивають музичні програми?

---

---

---

---

ж. Як ведуча повинна/ведучий повинен вести програму, щоб її/його вважали однією/одним з найкращих знавців своєї справи?

---

---

---

---

з. Чи всі радіостанції передають різноманітну музику?

---

---

---

---

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 75–76

## Деякі факти про рекламу й оголошення в радіопередачі

### Яка різниця між рекламою та оголошенням, або інформаційним повідомленням

#### Реклама

- це переконливе оголошення якогось підприємства (фірми), яке хоче щось продати (продукт/товар, послуги чи ідею);
- підприємство платить радіостанції за рекламу, спонсоруючи таким чином радіопрограми.

#### Оголошення, або інформаційні повідомлення

- це послуга для слухачів;
- за оголошення звичайно не треба платити;
- оголошення звичайно нічого не продають.

### Реклама як засіб психологічного впливу на споживачів

#### Види реклами

- а. свідчення відомої особи;
- б. подання наукових фактів;
- в. уживання переконливих слів;
- г. порівняння з іншими виробами;
- ґ. спонукання купувати, тому що «всі мають», або щоб «жити з шиком»;
- д. давати щось «безкоштовно» (напр., рушники в пральному порошок);
- е. спонукання купувати, тому що щось є «новим» і «кращим»;
- є. спонукання купувати, бо можна щось виграти;
- ж. спонукання купувати, тому що є знижка ціни.

#### Засоби (техніка) спонукання/переконання споживачів

- а. Блискучі узагальнення
  - Ці слова не мають глибокого значення, але вони гарно звучать.
  - Часто трапляються неясні порівняння. Напр.:
    - «Нехай у вас буде город, яким ви зможете гордитися!»
    - «Надайте вашому волоссю справжній об'єм!»
    - «Дістаньте якнайбільше послуг найвищої якості за свої гроші!»
    - «Сильніше, ясніше...» і т.д.
- б. Звернення до емоцій
  - Ці слова впливають на емоції — страх, злість, сміх, жаль, тощо. Напр.:
    - «Якщо у вас коли-небудь псувся акумулятор на безлюдній дорозі, купіть...»
    - «Надішліть квіти тій людині, яку ви любите, щоб показати їй свої

- почуття».
- «Не дозволяйте нікому переконувати себе купувати більше, ніж вам потрібно...»
- в. Свідчення
- Цей засіб використовує або невідомих, неназваних, або ж, навпаки, відомих людей, які позитивно ставляться до продукту. Усі ці люди промовляють як спеціалісти. Напр.:
    - «Більшість досвідчених мам дають своїм дітям...»
    - «Віктор Бобик завжди купує колеса «Ейпекс».
- г. Науковий підхід
- Тут використовують аналіз, статистику, огляди й наукову термінологію з метою переконати споживачів. Напр.:
    - «Четверо з п'ятьох дантистів уживають...»
    - «Лікарка доводить, що...»
    - «Досліди показують, що...»
    - «...має на 22% більше речовини, яка полегшує біль».
- г. Снобізм
- Ці слова передають враження, що всі багаті, інтелегентні люди, які мають добрий смак, купують цей товар. Напр.:
    - «Якщо Ви обираєте найкраще, купуйте...»
    - «Якщо Вам подобається розкішне життя, користуйтеся...»
    - «Люди, які живуть із шиком, обирають...»
- д. Почуття приналежності
- Оскільки багато людей піддаються впливові натовпу, цей засіб переконує споживачів прилучитися до гурту. Напр.:
    - «Будьте як усі, та купіть собі травокосарку фірми...»
    - «Ідіть у ногу з молодим поколінням та пийте содову...»
- е. Групування
- Групування слів, які не мають нічого спільного, з метою посилення ефекту. Напр.:
    - «Молоді й веселі»
    - «Старі й мудрі»
    - «Грубі й соковиті»
    - «Вирощені вдома і смачні»
    - «Грубі й смішні»
    - «Ласкаві й красиві»
- є. Обзивання
- Звинувачення і скарга на певну групу, особу або ідею. Напр.:
    - «Ви знаєте, якою є молодь...»
    - «Діти завжди голодні, отже давайте їм...»
- ж. Перебільшення важливості
- Представлення тільки одного погляду, приховуючи інший. Цей засіб згадує або тільки все добре, або все погане (залежить, що є найвідповіднішим у конкретному випадку). Напр.:
    - «Мило... краще змиває бруд...» (але чому? краще, ніж що?)

**Особливості підготовки радіореklamи**

Найбільш уживані формати радіореklamи

- а. простий продаж;
- б. свідчення;
- в. гумор;
- г. музична рекляма;
- г. драматизація.

Кроки написання реклями

- а. придумати логічний і емоційний заклик;
- б. проаналізувати публіку;
- в. ознайомитися з товаром;
- г. організувати рекляму;
- г. обрати відповідний стиль викладу.

Засоби переконання споживача

- а. захопити увагу публіки;
- б. зацікавити публіку;
- в. створити враження, що проблема існує;
- г. подати розв'язку проблеми;
- г. спонукати до дії.

Рекляма й повідомлення на радіо зазвичай тривають 20, 30 або 60 секунд.

**11.2 Завдання для перевірки зрозуміння прочитаного**

1. Прослухайте записи кількох радіопередач, де подаються рекляма та повідомлення.
2. Обговоріть тексти тих почутих повідомлень чи звернень, і визначте, котрі зразки подають:
  - реклями або повідомлення
  - види, засоби та різні формати реклями.
3. Ваші вчителі подадуть вам інформацію про радіостанції в мережі Інтернет.

а. Дата прослухання радіопередач:

Радіостанції, що я відвідала/відвідав в Інтернеті:

---

---

---

---

б. Визнач теми, види, засоби та різні формати реклам.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

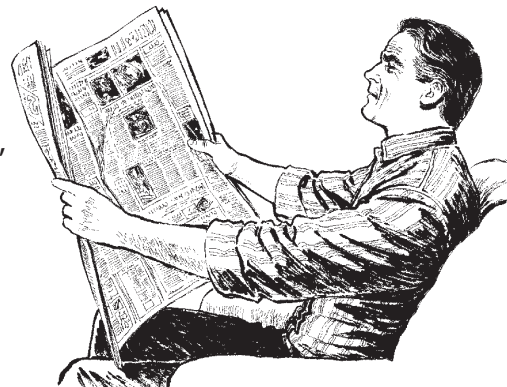
Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 77–78



## Рекляма в засобах масової інформації (ЗМІ)

### Вступ

Як споживачів нас безперервно бомбардує всюдищува реклама. Ми знаходимо повідомлення, надруковані в газетах, журналах, на бігбордах уздовж вулиць, в автобусах, на автобусах, на вантажівках, в Інтернеті й навіть на одязі! Одні повідомлення розпорошено в радіоетері, інші ж бачимо на телебаченні, у фільмах, узятих напрокат, і в кінотеатрах.



### Мета комерційної реклами

Мета комерційної реклами — захопити увагу та надати інформацію про послугу або товар, запропоновані на продаж. Рекламне повідомлення намагається переконати, що його товар або послуга необхідні нам, якщо ми прагнемо бути щасливими в цьому житті.

### Мета соціальної реклами

Що ж до соціальної реклами, то вона намагається покращити суспільство. Її перша й головна мета — підвищити чутливість людей до соціальних небезпек, щоби змінити суспільні звичаї. Так, наприклад, можна пояснити всі кампанії проти паління, вживання наркотиків, поширення СНІДу тощо.

### Потреба відчувати рекламу

Якщо добре розумітися на рекламі та розвивати критичне мислення, то можна бути об'єктивнішою/об'єктивнішим щодо рекламних повідомлень. Що більше люди обізнані з суттю реклами, то менше вони потрапляють під її вплив.

### Цільова група

Цільовою групою реклами є клієнтура, яку хочуть завоювати і якій хочуть щось продати. Ось деякі характерні риси цільової групи, які треба брати до уваги:

етнічне походження;  
стать;  
платоспроможність;

вік;  
цінності;  
рівень освіти;

політичні погляди; захоплення.

## Потреби

Слід мати на увазі, що рекламодавці намагаються задовольнити одну чи кілька потреб своєї цільової групи. Вони вигадують повідомлення, звернені до їхніх потреб. Якщо ж потреби не існує, вони намагаються її створити. Часто вони спираються на ієрархію людських потреб, яку визначив Абрагам Маслоу. За Маслоу, ці потреби поділяються на п'ять рівнів.



Щоб індивід відчув певну потребу, необхідно, аби були задоволені потреби нижчого рівня.

Реклямні повідомлення можуть звертатись до однієї потреби, проте часто до них намагаються долучити елементи, які б торкалися більшої кількості потреб, щоб охопити ширшу клієнтуру.

## Способи переконування

Щоб привернути увагу та цікавість клієнта, рекламодавці вдаються часом до гумористичного, часом до серйозного, а також часом до несподіваного підходу. Вони використовують зазвичай найрізноманітніші способи переконування. Ось перелік найуживаніших способів.

1. Перелік характерних рис (складники, матеріял, дієвість тощо)
2. Наукові докази (результати досліджень)
3. Свідчення (експертів, простих людей, знаменитостей, задоволених споживачів)
4. Омріяне вирішення проблеми (товар може допомогти позбутися проблеми краще за всі інші товари)
5. Доведення корисності (здоров'я, безпека, щастя, любов, престиж, комфорт тощо)
6. Пов'язання товару з мультиплікаційним персонажем або з талісманом (напр., рожевий кролик «Energizer»)
7. Співвідношення якість—ціна
8. Порівнювання товарів
9. Показ застосування товару
10. Запрошення ввійти до групи привілейованих клієнтів
11. Проектування бажаного для клієнта образу (краса, молодість, успіх, заможне життя тощо)
12. Опис виняткових якостей та переваг товару
13. Встановлення нагород, знижок на обмежені терміни

## Мовні засоби

У рекламному тексті використовують мовні засоби, які успішно привертають та утримують увагу й зацікавленість цільової групи. Такі засоби часто використовують для гасел.

Серед засобів можна знайти:

1. гру слів (часто вживану, наприклад, у французькій мові);
2. алітерацію (повторення однакового звуку);
3. риму (слова, що закінчуються суголосно);
4. суперлятиви (найвищий ступінь порівняння прикметника);
5. заклики (вживання наказового способу);

6. фамільярні висловлювання;
7. гіперболи;
8. метафори;
9. неологізми;
10. звуконаслідування;
11. аналогії.

## Переваги й хиби засобів масової інформації

Наостанок, підсумуймо переваги та хиби різних засобів масової інформації щодо реклами.

	Телебачення	Радіо	Преса
Переваги	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сильний вплив завдяки популярності.</li> <li>• Сильний вплив завдяки чисельності людей, яких охоплює.</li> <li>• Дає змогу дібрати цільову групу завдяки розмаїттю програм.</li> <li>• Краще один раз побачити, ніж сто разів почути, як каже прислів'я.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Місцевий аспект.</li> <li>• Інтимний ЗМІ.</li> <li>• Дає змогу дібрати цільову групу завдяки розмаїттю програм та станцій.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Гнучкість — читати можна будь-де й будь-коли.</li> <li>• Є простір для більшої докладності.</li> <li>• Часто використовують як джерело інформації у сфері торгівлі.</li> </ul>
Хиби	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зменшення кількості глядачів залежно від часу трансляції.</li> <li>• Збільшення вартості:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>– виготовлення телепродукту;</li> <li>– етерного часу.</li> </ul> </li> <li>• Можливість змінити канал під час того, як транслюють повідомлення.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зменшення кількості глядачів залежно від часу трансляції.</li> <li>• Немає візуального впливу.</li> <li>• Авдиторію не захоплено (слухаючи радіо, можна робити щось інше й не бути надто уважним).</li> <li>• Слухова пам'ять гірша за зорову.</li> <li>• Можливість змінити станцію під час того, як транслюють повідомлення.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Читач нерідко поверховий.</li> <li>• Постійне зменшення кількості читачів.</li> </ul>

**Доступні засоби**

- Образи.
- Кольори (яскраві).
- Рух.
- Написані, виголошені або проспівані гасла.
- Написаний, виголошений або проспіваний текст.
- Музика.
- Звук.
- Звукові ефекти.
- Схеми, графіки.

- Виголошені або проспівані гасла.
- Виголошений або проспіваний текст.
- Музика.
- Звук.
- Звукові ефекти.

- Образи.
- Кольори (обмежено)
- Написані гасла.
- Написаний текст.
- Схеми, графіки.

## Висновок

Чому потрібно говорити про рекламу в курсі, присвяченому ЗМІ?  
 Чи можуть вони існувати одне без одного? Якби ЗМІ не були засобом поширення рекламних повідомлень, було б майже неможливо довідатися про товари та послуги; також, без реклами в ЗМІ їм було б важко виживати. Оскільки джерелом фінансування ЗМІ є реклама, то, якби не існувало цього джерела, споживачі ЗМІ мали б набагато більше платити за газети, журнали, телеканали тощо.



## Веб-сайти світових україномовних радіостанцій

1. Дотримуйся вказівок твоєї вчительки/твого вчителя щодо вживання Інтернету для ознайомлення з розмаїттям чинних веб-сайтів україномовних радіостанцій.
2. Попроси у вчительки/вчителя адреси веб-сайтів україномовних радіостанцій.
3. Дай відповіді на завдання, подані нижче, і занотуй свої спостереження.

а. Я ознайомила/ознайомився з веб-сайтами таких україномовних радіостанцій:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

б. Спільні складові частини цих веб-сайтів такі:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



в. Я помітила/помітив ось такі відмінності між цими веб-сайтами:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Радіо «Бі-Бі-Сі» по всьому світі

- ◇ Радіо «Бі-Бі-Сі» (Британська телерадіомовна корпорація) має розгалужену світову мережу сполучених між собою радіостанцій, програми яких досягають багатьох куточків світу. Вживаючи приклад Української служби радіо «Бі-Бі-Сі», подумай про те, як за допомогою радіомовлення формуються та зміцнюються світові зв'язки.

1. Ознайомся зі Службою новин «Бі-Бі-Сі» в Інтернеті. При бажанні, ти можеш почати з Української служби радіо «Бі-Бі-Сі» за адресою [www.BBCUkrainian.com](http://www.BBCUkrainian.com) (переглянуто з серпня, 2011).
2. Переглянь різні види радіопрограм, які пропонує Українська служба.
3. Ознайомся з головними сторінками інших мовних груп світу, які обслуговує «Бі-Бі-Сі».
4. Запиши дані, які ти отримала/отримав, у поданих нижче формах.

### 14.1

### Отримана інформація

- а. Дата отримання інформації: \_\_\_\_\_

Мовні служби «Бі-Бі-Сі», що я відвідала/відвідав в Інтернеті:

---



---



---



---



---



---



---



---

- б. Визнач одну новину про міжнародну подію, яка з'являється на головних сторінках майже всіх мовних служб, які ти відвідала/відвідав.

---



---



---

- в. Визнач одну новину зі спорту або розважальну подію, яка з'являється на головних сторінках усіх або майже всіх мовних служб, які ти відвідала/ відвідав.

- г. Визнач деякі спільні розділи або складові частини цих різних мовних сторінок.

**14.2****Засвоєння інформації**

- а. Які, на твою думку, найпомітніші спільні характерні ознаки мовних груп, що представлені на різних сторінках мовних служб «Бі-Бі-Сі»?

- б. Які, на твою думку, найпомітніші відмінності між мовними групами, що представлені на різних сторінках мовних служб «Бі-Бі-Сі»?

**14.3****Навчальні стратегії**

- а. Якими стратегіями ти користувалася/користувався, щоб зрозуміти, про що саме йдеться в деяких статтях на сторінках мовних служб «Бі-Бі-Сі», навіть якщо ти не знала/знав тих мов?

- б. Яким чином твої знання української або інших мов допомагають тобі давати собі раду на сторінках тих мовних служб «Бі-Бі-Сі», мовами яких ти не розмовляєш?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Ім'я та прізвище	Дата

## Уроки з курсу англійської мови. Урок 1. Перше знайомство ведучих курсу\*

- ◇ Понеділок, 13 листопада 2006 р., 22:12 GMT 00:12 за Києвом.  
У студії Національної Радіокомпанії України, в ефірі\*\* якої лунатимуть уроки з курсу Рок Англійська, – фронтмени групи Танок на Майдані Конго Олег Михайлюта (Фагот) та Олександр Сидоренко (Фоззі), а також викладачка англійської мови з Британської Ради в Україні Лінда МакЛахлан.

**ФАГОТ.** Привіт всім, дякуємо, що ви сьогодні з нами, у програмі про нашу чудову-пречудову професію і нашу індустрію!

**ФОЗЗІ.** Якщо ви ще не здогадалися, про яку саме індустрію ідеться, – це музичний бізнес!

**ФАГОТ.** А у студії з вами ми – я Фагот, він Фоззі, і протягом наступних кількох тижнів ми будемо практикувати англійську мову – і, сподіваємося, ви до нас приєднаєтеся. Як у багатьох інших сучасних професіях, в нашій, англійська мова застосовується практично весь час. Немає чому дивуватися, адже люди вивчають англійську по всьому світі – не лише ми тут, в Україні. І багато з найуспішніших, найвідоміших рок і поп-пісень написано саме нею. Купа народу вивчає англійську, просто слухаючи тексти англійських – або англомовних – пісень!

**ФОЗЗІ.** Напевно, тому у них англійська, як мінімум, специфічна, якщо не сказати – просто дивна! Гарзд, тепер давайте представимо нашу британську співрозмовницю, Лінду МакЛахлан, яка допомагатиме нам розробляти і



Фоззі (ліворуч) та Фагот (праворуч). З фотосесії до відеокліпу «Проїхали».

Фото Сергія Юшкова. Відтворено з дозволу вебсайту <http://www.tnmk.com>.

\* На сторінках 104-124 збережено мову і правопис оригіналу з веб-сторінки Української програми радіостанції «Бі-Бі-Сі».

\*\* ефірі — етері



практикувати рок-англійську! Привіт!

ЛІНДА. Thank you! It's great to be here for our first show!  
And let me say – very exciting to be in the studio  
with you two – I have never presented a radio  
programme with two Ukrainian rock stars before!

ФАГОТ. Дякую, Ліндо! Ми теж ніколи раніше не вели  
радіопрограм з викладачами англійської мови  
з Британської Ради, то для нас це цікавий і  
незвичайний проєкт!

ФОЗЗІ. Досить тут обмінюватися компліментами:  
музиканти, викладачі. Давайте англійською  
нарешті займемося!

ФАГОТ. Гарзд! Ліндо, ти можеш навести нам приклади  
якихось типових англійських слів з музичного  
словника? Що ось так спадає на думку перше?

ЛІНДА. Of course, here goes: riff, solo, jam, laying down  
an album, cutting a new track...

ФОЗЗІ. Добре, отже – «riff» - риф, музична  
фігура, «solo» - соло, сольний номер,  
«jam» - спонтанна гра без нот, «laying  
down an album» - підготовка альбому,  
«cutting a new track» - запис нової пісні.

ФАГОТ. Ну, для нас в цих словах нічого нового  
нема – ми їх постійно вживаємо у студії.  
Гітарні рифи – на кожній репетиції!

ЛІНДА. Exactly! The word «riff» means a  
constantly repeated phrase in rock or jazz  
music.

ФОЗЗІ. Отже, це коли гітарист награв один  
і той самий акорд раз за разом – це  
називається «рифом», або «музичною  
фігурою».

ЛІНДА. Exactly! In fact, you probably, play a  
couple of solo's, too.

ФАГОТ. Соло – це коли гітарист, чи ударник, чи

## Нові музичні вислови

<b>riff</b>	<i>риф, музична фігура</i>
<b>solo</b>	<i>соло, сольний номер</i>
<b>jam</b>	<i>спонтанна гра без нот</i>
<b>laying down an album</b>	<i>підготовка альбому</i>
<b>cutting a new track</b>	<i>запис нової пісні</i>

клавішник, чи ще хтось грає сам по собі, без підтримки чи акомпанементу інших, висловлює свою музичну думку.

ЛІНДА. And I'll practice the spelling: s, o, l, o. What else did you do in your last session?

ФОЗЗІ. Я зрозумів, ви запитуєте, що ми ще робили на останній репетиції? Ну, як завжди, щось там пограли, так якось всі разом, повисіли, спробували нову мелодію, чи спробували деякі старі ходи...

ЛІНДА. Sounds like a «jam» – a jamming session, when a band or a group of musicians play music in a semi-formal way – a bit like of actors who know some bits of the scripts but make up the rest of it as they go along. And who wrote the best ever song about jamming?

ФАГОТ. Хто написав найкраще пісню про «jamming»?

ФОЗЗІ. Bob Marley!!! Хто ж ще? Ну, ще група «5nizza» (П'ятниця)!

ЛІНДА. Is the right answer!

ФАГОТ. Дякую! Так, ми справді багато спонтанно імпровізуємо, граємо без нот, особливо, коли готуємо новий альбом...

ЛІНДА. New album, you said? Can't wait to hear it! In English that's «laying down» – starting to make – a new album. These days a new album is likely to be brought out on CD.

ФОЗЗІ. Альбоми найчастіше у наші дні виходять на компакт-дисках, це точно. Але, коли ми, Танок на Майдані Конго, готуємо альбом, то робимо це пісня за піснею, трек за треком.

ФАГОТ. Можна сказати, що ми «cut» – дослівно «нарізали», але насправді – записали кілька пісень, правильно?

ЛІНДА. You certainly can... To cut a track – in other

words, to record a new song. These last two Rock English phrases are pretty similar.

ФОЗЗІ. Ти маєш на увазі, що, коли ідеться про запис альбому можна сказати, що ми його готуємо – «lay down» – готуємо альбом чи окрему пісню, а можна сказати, що ми «cut» записуємо альбом чи пісню – і обидві фрази означатимуть те саме?

ЛІНДА. Correct!

ФАГОТ. Отож, як кажуть англійською, дорогі rock chicks and chickens!

ФОЗЗІ. Я, хоча і прогулював уроки англійської у сьомому класі, але зрозумів, що ти щойно назвав наших слухачів рок-курочками і курчатами! Не ображай їх!

ФАГОТ. Це я з любов'ю пожартував, але англійською саме так і говорять... Ще раз нагадаємо – англійською мовою кілька разів повторювана фраза чи фігура у рок чи джаз музиці називається:

ФОЗЗІ. Riff!

ФАГОТ. Коли музикант чи співак виступає сам по собі, без акомпанементу, це:

ФОЗЗІ. Solo!

ФАГОТ. Розслаблена гра без нот чи якоїсь чіткої структури це:

ФОЗЗІ. Jam!

ФАГОТ. Коли ми готуємо новий альбом, можна сказати, що ми:

ФОЗЗІ. Laying down an album!

ФАГОТ. І нарешті, коли ми записуємо нову пісню, ми:

ФОЗЗІ. Cutting a new track!

ФАГОТ. Ось так – на сьогодні це всі слова,

запам'ятовуйте гарненько, щоб імпровізувалося, гралося і записувалося! Ми, Фагот і Фоззі, а також наша британська колега Лінда Маклахлан з вами прощаємося – до наступного разу – у курсі Рок Англійська!

ФОЗЗІ. Щасливо!

ЛІНДА. Good bye!

## Урок 2. Про менеджера та лейбли

- ◇ П'ятниця, 13 жовтня 2006 р., 16:24 GMT 19:24 за Києвом.  
У студії Національної Радіокомпанії України, в ефірі якої лунатимуть уроки з курсу Рок Англійська, – фронтмени групи Танок на Майдані Конго Олег Михайлюта (Фагот) та Олександр Сидоренко (Фоззі), а також викладачка англійської мови з Британської Ради в Україні Лінда МакЛаклан.

ФАГОТ. Дорогі слухачі – рок-привіт всім!

ФОЗЗІ. Від нього – від Фагота, від мене – Фоззі і від нашого власного словника англійської – чи краще сказати словнички? – Лінди Маклаклан!

ЛІНДА. Thank you, thank you!

ФОЗЗІ. Сьогодні ми і далі поговоримо про різні слова та вирази пов'язані з музичною індустрією.

ФАГОТ. Щоб досягти успіху в музиці виконавцеві потрібна фахова допомога багатьох різних людей. Наприклад, от у нас є...

ЛІНДА. Manager. He or she manages – or looks after – the business affairs of a group or a singer.

ФАГОТ. Гарний менеджер радить виконавцеві, з якою саме компанією грампласту укласти контракт, вирішує, з якою частотою слід випускати і повторно випускати записи, домовляється про концерти та гастролі, про оплату роботи...

ФОЗЗІ. Ну, а крім того, менеджери допомагають виконавцям вирішити, на яку саме аудиторію спрямовувати свою творчість і який саме успіх вважати ВЛАСНЕ успіхом – іншими словами, прагнути більш популярного та комерційного успіху – і відповідно, заробляти більше грошей, але терпіти інколи зверхнє ставлення музичних гурманів, АБО ж слід спрямовувати свої зусилля на обмеженіші прошарки аудиторії, прагнути бути більш

### Менеджер

*«Менеджер допомагає виконавцеві обирати свій стиль, свою аудиторію, те, на який успіх слід орієнтуватися».*



альтернативними, опанувати так звані «ніші» у музичному ринку – і тоді мати більш відданих фанів та прихильніші відгуки критиків.

ФАГОТ. Ну, ти і розписав – віддані фани, прихильні відгуки... А менеджер сам де? От можна Танку на Майдані Конго менеджером, наприклад, полковника Паркера?

ФОЗЗІ. Та можна все! А ми що, перетворилися на Елвіса Преслі?

ФАГОТ. Ну, тоді може, давай залучимо Браяна Епстайна до популяризації нашого мистецтва?

ФОЗЗІ. Ні, якось не хочеться, тим більше, що тоді треба буде вирішувати, хто з нас бути зватися Джон, хто Пол, хто Джордж і хто – Рінго!

ФАГОТ. Ні, це буде зайве, нам і зі своїми іменами добре! І з нашим власним менеджером! Але, крім менеджера, є ще одна людина, яка допомагає виконавцеві у його чи її творчій кар'єрі.

ЛІНДА. Good point. The person you mean is an agent. The agent will know what concert hall or venue is best suited for the artist and will help organise a gig. An agent is what could be described as a middleman in the music industry.

ФОЗЗІ. Тобто, якщо менеджер максимально наближений до виконавця, то агент – більше схожий на посередника. Англійське слово «посередник» дуже схоже на українське бо і «middleman» і «посередник» обоє походять від слова «середина» «middle».

ФАГОТ. Ми заговорили про агентів – які працюють в агентствах. Але цікаво, що англійською «каса» – це теж слово, пов'язане з агентами, правда, щось типу, «агентство квитків»?

ЛІНДА. Absolutely! Agent, a,g,e,n,t. Ticket agency. Ticket agency is where you can buy tickets. There are other words, too. «Box office», for example!



ФАГОТ. За квитки треба платити – і ось ми дійшли до слів, які будуть описувати цей аспект нашої роботи. Як називаються виплати, які виконавець отримує за використання чи продаж його чи її музики чи пісень?

ЛІНДА. Those payments are called «royalties».

ФОЗЗІ. Щось воно, здається, з королівською родиною пов'язане? Слово ж те саме – «royalty» – королівський рід, так?

ЛІНДА. Same word, different meaning!

ФОЗЗІ. А я раптом подумав – це ж коли оті панки «The Sex Pistols» співали свою славнозвісну пісню 1976 року «God Save the Queen» – то їм за що платили – за музичний твір чи за прославлення британської монархії?

ЛІНДА. And that song «God Save the Queen» later became one of the most valuable in rock'n'roll history! A reminder that when an artist joins a record company it's called «signed to» a company.

ФОЗЗІ. Дослівно – підписуватися до компанії, а власне – підписувати або укладати контракт з компанією грамзапису. В українській мові вже дуже поширені вислови «рекордінг» та «лейбл», а походження їхнє, звісно, англійське...

ЛІНДА. Yep, a good point, a record label.

ФАГОТ. Наш останній альбом Сила вийшов на лейблі «Moon Records» – за українськими мірками це компанія середнього розміру, а також вона належить до тих, що випускають більше альтернативної і менш комерційної музики. Англійською як нам було би краще називати нашу компанію грамзапису - «a major» чи «an indie»?

ЛІНДА. OK, most people would say that the major recording

## Royalties

— Як називаються виплати, які виконавець отримує за використання чи продаж його чи її музики чи пісень?

— Those payments are called royalties.

companies and the «big four», that's Warner, Universal, Sony BMG and EMI.

ФОЗЗІ. Отже, чотири найбільші компанії грамзапису – чи то чотири мейджори – це Ворнер, Юніверсал, Соні Бі-Ем-Джі та І-Ем-Ай, а решта належить до різновиду «інді» – скорочено від «independent» – тобто, «незалежні» лейбли?

ЛІНДА. Pretty much so. The indie labels are usually smaller companies sometimes run by only a few people from their home or garage.

ФАГОТ. Робити музику у себе вдома чи навіть в гаражі – це круто. Отож, така музика за визначенням вважається менш комерційною?

ФОЗЗІ. Так, круто, бо у більшості українських музикантів гаражів немає. А взагалі – це безкінечна філософська суперечка – хто «чистий» митець, хто «запроданець», хто комерційний, хто альтернативний... Багатьох виконавців чітко визначити не можна – останніми роками більш поширеною стає якісна альтернативна музика і ВОНА практично перетворюється на масовий продукт!

ФАГОТ. Так ти оптиміст, виходить? Пропоную саме тут завершувати розмову, поки Фоз не передумав позитивно дивитися на світ музики. Дякую, що завітали, Рок Англійська скоро знову в ефірі, а поки від нас всіх – щасливо!

ФОЗЗІ. All the best!

ФАГОТ. О, як ти вже навчився!

ФОЗЗІ. Ну, так другий же вже урок...

ЛІНДА. Good bye!

### The BIG Four

- Warner
- Universal
- Sony BMG
- EMI

## Урок 3. Чи любите ви гастролі і хто з вами їздить?

- ◇ П'ятниця, 13 жовтня 2006 р., 16:33 GMT 19:33 за Києвом.  
У студії Національної Радіокомпанії України, в ефірі якої лунають уроки з курсу Рок Англійська, – фронтмени групи Танок на Майдані Конго Олег Михайлюта (Фагот) та Олександр Сидоренко (Фоззі), а також викладачка англійської мови з Британської Ради в Україні Лінда МакЛахлан.

ФАГОТ. Це!

ФОЗЗІ. Це! І...

ЛІНДА. This!

ФАГОТ. Рок Англійська – дуже гарно з вашого боку приєднатися до нас на черговому уроці англійської мови. З вами я – Фагот, і він...

ФОЗЗІ. Він – це я, Фоззі, і наша британська приятелька, Лінда Мак Лахлан...

ЛІНДА. Hello, boys!

ФОЗЗІ. Перейдемо до останніх новин. Новий альбом ТНМК «Сила» продається досить таки непогано і на наших концертах ми граємо пісні саме з нього. Хоча, і старі теж не забуваємо. А концерти – у різних містах України – і, можливо, у вашому теж!

ФАГОТ. Іншими словами – ми їздимо з гастролями, або, коротше, – гастролюємо!

ЛІНДА. And in English, that's going on tour, or touring. Tour, touring.

ФОЗЗІ. На концертах під час гастролей ми, звичайно ж, граємо лише наживо!

ЛІНДА. Anyway, yes, yes, you'll be playing live... A live gig.

ФАГОТ. Живий концерт, живий... концерт.

**Нехай живуть гастролі**

*«We are going on tour... We are touring».*

ФОЗЗІ. Ну, не буває ж dead концертів.

ФАГОТ. Тобто, ніяких фонограм – також відомих як фанера, ніяких відкривань рота, ну, тобто, відкривання рота, тільки коли іде справжній спів. І треба ж не забути, що набір пісень у нас новий.

**Грати наживо**

«Ну, не буває ж dead концертів».

ЛІНДА. Good point. They'll be playing or «doing» a new set. By the way, do you enjoy life on the road?

ФОЗЗІ. Чи подобається нам життя в дорозі? Мається на увазі концерти по різних містах, інколи різних країнах, подорожі, пересування... Гастролі – це найкраще в житті музиканті. Але краще запитати, чи подобається людям, які подорожують з нами це...

ЛІНДА. You mean you're not a nice guy to be around on tour? I find that hard to believe.

ФОЗЗІ. Ні, ні, зі мною якраз не важко, а ось з деякими іншими з присутніх...

ФАГОТ. Про кого це ти? Я озирюся по боках і не розумію, чого ти дивишся на мене!

ЛІНДА. I will ask the roadies, but first an official definition of a roadie. The word comes from the English word «road» and a roadie is a person engaged to load, unload and set up equipment and to perform errands for rock musicians on tour.

**Who is a roadie?**

«A roadie is someone who helps a rock band on tour with small tasks or jobs».

ФАГОТ. Так, концертний асистент, або – ми їх ще називаємо «техніки» – це людина, яка виконує безкінечні, нібито мало помітні, але насправді дуже важливі завдання, без яких наша робота не виконувалася б – розвантажує музичне обладнання, розставляє інструменти, ну, ми теж не лінуємося, але рок-музиканти без асистентів, як без рук. От ми без наших Василя і Дмитра...



ЛІНДА. OK, small tasks or jobs. Getting me a cup of tea maybe?

Ф033І. Чашка чаю – це ще нічого, взагалі, ми – ще порівняно легкі клієнти!

ФАГОТ. Ага! А комусь доводиться бігати шукати заміну для гудзика на сукні у, скажімо, Мадонни!

Ф033І. Ми не носимо суконь, може, тому з нами і простіше.

Ф033І. Ми говорили про асистентів, чи то roadies, але крім них, з нами завжди поруч – принаймні, подумки, зі своїми листами, е-мейлами, іншими всякими посланнями – наші найвідданіші шанувальники (і шанувальниці), – або GROUPIES!

ФАГОТ. О-бе-реж-но!!

ЛІНДА. Yes, careful here! A groupie is a fan – usually a young woman – who follows a rock group around on tour.

ФАГОТ. Отже – це шанувальник, або, набагато частіше, шанувальницЯ, яка всюди подорожує за своєю улюбленою рок-групою. Звідси, напевно, і слово пішло. Група – GROUPIES...

Ф033І. А я хотів би згадати ще про звукооператорів або звукоінженерів – як ми їх називаємо «звукачі» – це професіонали, які роблять наші виступи можливими і якісними!

ЛІНДА. Good idea. You mean the sound crew, or sound engineers.

ФАГОТ. Так! Вони розставляють і перевіряють мікрофони, вони забезпечують, аби всі динаміки та решта підсилювальної системи нормально працювала. Перевіряють звук, спеціальна процедура перед початком концерта також відома як «sound check».

### *Who is a groupie?*

*A groupie is a fan — usually a young woman — who follows a rock group around on tour.*

ЛІНДА. They also balance the sound – they make sure that it's loud enough, that all the different instruments can be heard properly, and that each part of the venue can hear properly.

ФОЗЗІ. Тобто, вони регулюють звук, щоб він був гучним, але не глушив нікого, щоб різні інструменти було добре чути, і щоб усі звуки від усіх музичних інструментів та, звичайно ж, від співаків, було чути в УСІХ куточках концертного залу. Це звукооператори. Добре! А тепер про не дуже популярних осіб...

ЛІНДА. Security men?

ФОЗЗІ. Охоронці? Так, їх не дуже-то люблять, особливо глядачі.

ЛІНДА. You know that you ought to be grateful to the security men?

ФАГОТ. Справді, ми їм мусимо бути вдячні? І чого це?

ЛІНДА. Well, they stop your groupies getting too friendly!

ФАГОТ. Зупиняють шанувальниць від поглиблення дружби?

ЛІНДА. Exactly!

ФАГОТ. Добре, на подальші розтлумачування вже немає часу – цей урок завершено. На щастя, він не останній, у курсі Рок Англійська. Ми скоро знову в ефірі – а поки від нас – щасливо!

ФОЗЗІ. Не щасливо, а bye-bye, скільки разів нагадувати? Ми – це він – Фагот і я – Фоззі, і наша колега Лінда МакЛахлан... Як то кажуть – till next time!

ЛІНДА. Good bye!



## Урок 4. Фагот співає пісню Е. Гампердінка

◇ П'ятниця, 13 жовтня 2006 р., 20:27 GMT 22:27 за Києвом

*У студії Національної Радіокомпанії України, в ефірі якої лунають уроки з курсу Рок Англійська, – фронтмени групи Танок на Майдані Конго Олег Михайлюта (Фагот) та Олександр Сидоренко (Фоззі), а також викладачка англійської мови з Британської Ради в Україні Лінда МакЛахлан.*

ФАГОТ. Please release me let me go, 'cause I-I-I-I-I-I-I-I-I-I  
don't love you any more...

ЛІНДА. I could sing it if you like!

ФОЗЗІ. Я все намагаюся зрозуміти, чи туди я потрапив? Чи та це студія, де ми мали записувати четверту програму з курсу «Рок Англійська»?

ФАГОТ. А ти менше намагайся зрозуміти щось, а просто скажи – «Привіт!» – всім шанувальникам Енгельберта Гампердінка, які нас зараз слухають.

ФОЗЗІ. Добре, шанувальники Енгельберта Гампердінка, які нас зараз слухають – привіт вам! Я – Фоззі.

ФАГОТ. Від мене, від Фагота, теж привіт, а також від нашої чарівної колеги Лінди МакЛахлан, чиї пізнання англійської лексики просто безмежні...

ЛІНДА. Hi! Now then, which word on that first line of Engelbert's 1967 song means the same as «to bring out a new record»?

ФОЗЗІ. Випустити запис?

ЛІНДА. Exactly! When a new song or a piece of music comes on to the market, we say that it is released on to the market. Released! Allowed to be free!

ФАГОТ. Тобто, «випускати» і «відпускати» – концептуально одне і те саме. В англійській мові, принаймні. Ось ми випустили наш останній альбом Сила у грудні минулого року, а наш наступний альбом – не знаю, ще точно коли, про це будемо думати у майбутньому. А ти, Фоз? Коли другий сольник випустиш?

ФОЗЗІ. Працюємо, працюємо... Але можна не лише випускати альбоми, можна їх випускати повторно...

ЛІНДА. That's right! Re-release, to bring a record out. For example, you could re-release this song from 1967 by Engelbert Humperdinck:

ЛІНДА І ФАГОТ (*співають разом*). Please release me, let me go, 'cause I-I-I-I-I-I-I-I don't love you any more...

ФОЗЗІ. Thank you, people, досить, я все зрозумів, але випускати свою версію цієї непоганої пісні ми не будемо!

ФАГОТ. А в чому справа? Ти не любиш Енгельберта Гампердінка?

ФОЗЗІ. Ні, просто намагаюся вголос не вимовляти його імені.

ФАГОТ. Повертаючись до записів. Ми випускали і сингли... – легко здогадатися, як це буде англійською:

ЛІНДА. Single.

ФАГОТ. Також LP, що можна розшифрувати як «довгограючі диски»:

ЛІНДА. An LP – L for «long», P – for «play». Going even further back in time, there were...

ФОЗЗІ. Ага, якщо повернутися в сиву історію, то там були записи, які називалися IP – диски подовженого награння...

## New record

«Release» means to bring out a new record.

## Енгельберт Гампердінк

ФАГОТ. А в чому справа? Ти не любиш Енгельберта Гампердінка?

ФОЗЗІ. Ні, просто намагаюся вголос не вимовляти його імені!

ЛІНДА. Ten out of ten! EPs – E for «extended», P for «play».

ФАГОТ. І наші записи, щоб це не було – альбоми чи сингли – за багато років неодноразово були на самій горі українських хіт-парадів. Хіт-паради... Англійською це слово більш пов'язане з графіками, ніж з парадом!

ЛІНДА. Published each week, the pop charts... A list, really!

ФОЗЗІ. Ну, то ясно, що коли ми на самій верхівці, значить, ми маємо – номер 1. Про найвищі сходинки хіт-парадів на Бі-Бі-Сі навіть спеціальна передача була, але недавно вона, на жаль, припинила своє існування...

ЛІНДА. Top of the pops – also the name of one of the BBC's most famous ever TV shows.

ФОЗЗІ. Більше цього шоу немає, коли ми писали цю програму, вияснилося, що після десятків років існування програма закрита, бо, кажуть, віджила своє. І навіть заставка від Led Zeppelin її не врятувала... А що це ще є за такий вислів – коли пісня ще не увійшла в хіт-паради, але здається, ось-ось туди прорветься. Якесь таке смішнуйте трохи слово *bibbling* чи *dabbling*, чи *Bobbling* чи хто його зна... Щось там з баблом пов'язане...

ЛІНДА. That'll be «bubbling». A record like a little cloud of bubbles, just waiting to burst onto the charts.

ФАГОТ. Хмаринка з кульок, яка лише чекає на те, аби увірватися в хіт-паради! Дуже лірично!

ФОЗЗІ. Так, дуже лірично, але головне, що про бабло! «Bubbling, bubbling» – будь-ласка, молоді музиканти, не забувайте про це слово!

ФАГОТ. Ну, а в нас вийшло так, що ми, напевно, «bubbling» з нашою піснею «Зроби мені хіп-хоп»...

### Types of records

- LP - long play
- EP - extended play
- Albums
- Singles

ФОЗЗІ. Ні-ні, тут є ще одне слово, яке звучить так «debut release».

ЛІНДА. Good expression! Someone's debut release, either as a single or as an album is their first release.

ФОЗЗІ. Це був четвертий урок Рок Англійської!

ФАГОТ. Cheerio! Це значить «до побачення»! Щасливо!

ЛІНДА. See you later!

## Урок 5. Мова Інтернету і файли для друзів

- ◇ У студії Національної Радіокомпанії України, в ефірі якої лунають уроки з курсу Рок Англійська, – фронтмени групи Танок на Майдані Конго Олег Михайлюта (Фагот) та Олександр Сидоренко (Фоззі), а також викладачка англійської мови з Британської Ради в Україні Лінда МакЛахлан.

ФАГОТ. Привіт, дякуємо всім, що приєдналися до нас на черговому уроці Рок Англійської. У студії Олег Михайлюта, він же Фагот, а також...

ФОЗЗІ. Фоззі, і з нами Лінда МакЛахлан з Британської Ради в Україні!

ЛІНДА. Hello, good to see you again!

ФАГОТ. Минулого разу ми зупинилися на випуску першої пісні – debut release, що для будь-якого виконавця дуже приємно. Але за святом першого випуску починаються тяжкі, часом дуже тяжкі будні.

ФОЗЗІ. За те, аби твої записи були популярними, треба боротися, звичайно. І часто те, якими темпами вони продаються, залежить не від їхньої художньої, так би мовити, цінності.

ЛІНДА. You have to advertise yourself. Advertise.

ФАГОТ. Advertise. Виконавець повинен рекламувати сам себе.

ФОЗЗІ. Так, а окрім advertise, а окрім рекламувати є ще одне слово, пов'язане з більш загальним просуванням.

ЛІНДА. Promote. There are many ways to promote oneself these days.

ФАГОТ. Так, рекламувати, просувати себе можна в різні способи. По радіо, по телебаченню, і само

### **Advertise and promote**

«Advertise. Виконавець повинен рекламувати сам себе».



собою – в Інтернеті.

ФОЗЗІ. Нарешті, ми дійшли до такої важливої складової в житті музикантів, як Інтернет.

ЛІНДА. Yes. The Internet is a unique resource for musicians. It's a modern marketplace.

ФАГОТ. Marketplace. Ринок. А що роблять на ринку? Продають та купують!

ФОЗЗІ. Продаж компакт-дисків в усьому світі падає, а зростає продаж музики в Інтернеті, тому ми маємо поговорити про Інтернет і його мову.

ФАГОТ. Мова Інтернету – головним чином, англійська. Ми, часом навіть не помічаючи цього, вживаємо Інтернетну англійську – коротко e-English просто весь час.

ФОЗЗІ. Адреси Інтернет-ресурсів пишуться англійськими літерами, – в нас, наприклад, tnmk.com. Здається лише кілька років тому Інтернет був допоміжним інструментом для музикантів, а зараз всі гурти мають свої власні сайти, через які себе рекламують. Інтернет перетворився на альтернативну сцену, альтернативний музичний ринок, альтернативний світ музики, де меломани можуть насолоджуватися музикою, слухати її, переглядати відео – мені приємно, що в Інтернеті можна слухати наші треки.

ФАГОТ. Ну, так, але в той же час, ми не хочемо, аби наші диски не продавалися в магазинах, бо тоді наша компанія грампласту не зможе заробляти гроші – для себе і, відповідно, для нас! Отже, коли ми завантажують якусь нашу пісню на комп'ютер:

ЛІНДА. When they upload the music... Upload.

ФАГОТ. Завантажуємо, тобто робимо, аплоад – це звичайна, майже технічна процедура. Але деякі проблеми постають, коли хтось...

## Internet

*«The Internet is a unique resource for musicians. It's a modern marketplace».*



ЛІНДА. Download the music. Download.

ФОЗЗІ. Звантажую пісні – робить даунлоад. Музикою можна і треба ділитися.

ЛІНДА. File sharing it's called.

ФОЗЗІ. Ділитися музичними файлами, пересилати їх з компа на комп, завантажувати, копіювати і так далі... Але що ж тоді стається з авторськими правами і платою за використання пісень – іншими словами, де наші гроші?

ФАГОТ. Питання велике, навіть не знаю, як відповісти на це... Виходить, коли я знаходжу в Інтернеті якусь пісню, скажімо, Емінема чи там Massive Attack, і звантажую їх на свій комп'ютер або МПЗ-плеєр, виходить, я позбавляю цих виконавців гонорарів?

ФОЗЗІ. Тому на Заході не обов'язково купувати музику лише в магазинах – її можна купувати в Інтернеті, і не весь альбом зразу, а окремо по піснях – саме ті, які вам подобаються. Сайти компаній грамзапису – «HMV», «Virgin», а також такі великі музичні бібліотеки як «iTunes», продають музику саме таким чином. Деякі виконавці продають власну музику на своїх же сайтах. Тоді виходить, що і вівці цілі, і вовки ситі – тобто, і за пісні заплачено (часом менше, ніж в музичному магазині, бо в Інтернеті все дешевше), і виконавцям заплачено, і публіка задоволена.

ФАГОТ. Інтернет ідилія, іншими словами! Ну, що ж ще раз пройдемося по сьогоднішніх словах. Рекламувати.

ФОЗЗІ. Advertise.

ФАГОТ. Просувати, промотувати.

ФОЗЗІ. Promote.

### Інтернет-ідилія

*На Заході не обов'язково купувати музику лише в магазинах — її можна купувати в Інтернеті, і не весь альбом зразу, а окремо по піснях — саме ті, які вам подобаються.*

ФАГОТ. Ми говорили про Інтернет, який є сучасним ринком.

ФОЗЗІ. Marketplace.

ФАГОТ. І нарешті кілька слів з інтернетної англійської, e-English. Ми говорили про:

ФОЗЗІ. Upload. Це завантаження музики на комп'ютер, а потім знову в Інтернет.

ФАГОТ. Download. Це навпаки завантаження з Інтернету і нарешті – file-sharing.

ФОЗЗІ. Як у нас кажуть, шаритися. Це спільне використання музики чи файлів. Якби музиканти до цього не ставилися на сьогодні це є фактом. Тобто, в мене є цей файл, хочеш, ставай в чергу, він буде і в тебе. Ну, що ж, це все у цьому уроці Рок Англійської. Всього найкращого і багатьох мегабайтів чудової музики.

ФАГОТ. Від нас всіх, поруч зі мною – Лінда МакЛахлан...

ЛІНДА. Thanks for listening!

ФОЗЗІ. Справді, thanks for listening, дякуємо, що слухали, від мене Фоззі щасливо персонально!

ФАГОТ. І ще сподіваємося, будете слухати, від мене Фагота теж привіт!

## Слухаю радіопрограми

Попроси у вчительки/вчителя адреси веб-сайтів україномовних радіостанцій. Прослухай радіопрограму та впиши в таблицю відповіді на запитання.

### Таблиця «5 запитань»

Сайт: \_\_\_\_\_

Дата: \_\_\_\_\_

1. Хто?

---



---

2. Що?

---



---



---

3. Де?

---



---

4. Коли?

---



---

5. Чому?

---



---





iii) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

г. Ця радіопрोगрама допомогла мені зрозуміти, що це питання було ускладнене певними обставинами:

i) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

ii) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

iii) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

г. Це питання закликає людей до спільної праці над будуванням громади, якщо вони:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



## Радіоп'єси

Щоб виконати Основне практичне завдання, тобі потрібні будуть уміння читати, правильно вимовляти слова та тлумачити тексти.

Для того, щоб застосувати та розвинути ці вміння, ти з однокласниками можеш узяти участь у постановці радіоп'єси і виступити перед клясою.

### П'ять практичних кроків для тренування радіоголосу, або як стати радіоактрисою/радіоактором

#### 1 ВИБІР СЦЕНАРІЮ РАДІОП'ЄСИ

Щоб почати підготовку до озвучення радіоп'єси в етері, потрібно спершу вибрати сценарій. Вам пропонувано 5 сценаріїв. Їхні назви та імена дійових осіб подано нижче. Після того, як ваша вчителька/ваш учитель розподілить вас на групи, попросіть у неї/нього текст обраного вами сценарію. Тексти до цих п'єс подані у додатку В у вчительських матеріалах.

#### 2 РОЗПОДІЛ РОЛЕЙ

Зробіть фотокопії вашого сценарію для усіх членів вашої групи. Спершу прочитайте весь сценарій, кожна особа окремо. Спробуйте відчувати, які ролі ви хотіли б виконувати. Розподіліть усі ролі між собою. Якщо у вашій групі не досить членів, одна особа може виконувати кілька ролей.

#### 3 ПІДГОТОВА ТА РЕПЕТИРУВАННЯ

У своїх примірниках сценарію виділіть тексти тих дійових осіб, ролі яких ви виконуєте. Вивчайте свої ролі вдома (наодинці, вголос або перед родиною) чи зі свою групою в школі.

Пам'ятайте, що для радіоп'єси не потрібно вивчати текст напам'ять, не потрібні костюми, не потрібні світлові ефекти. Ви можете тримати текст у руках і читати. Зосередьте свою увагу на виразному та інтонаційному читанні. Намагайтеся передати голосом характери ваших дійових осіб та динаміку того, що відбувається у п'єсі. Ваші слухачі мають повірити, що ви є справді тими людьми, ролі яких ви граєте.

Варто було б послухати якусь радіовиставу, щоб мати кращу уяву, як вона звучить\*. Подумайте разом та обговоріть, які шуми, звуки варто було б використати і в якій сцені п'єси. Пам'ятайте, що шуми в радіоп'єсі — це своєрідна звукова ілюстрація того, що відбувається за сценарієм — дії чи обставин радіовистави. Наприклад, це можуть бути кроки по снігу, стук у двері, звуки годинника чи води, телефону, колес авта, дверцят, які відчиняються чи зачиняються тощо. Складіть список того, що потрібно вам для шумових ефектів і де це знайти. Під час репетицій уживайте ці шумові ефекти у відповідних сценах.

\* Попроси вчительки/вчителя адреси сайтів україномовних радіостанцій або програм.

#### 4 ГЕНЕРАЛЬНА РЕПЕТИЦІЯ

Спробуйте влаштувати генеральну репетицію радіовистави, записуючи її перед мікрофоном аудіозаписувача. Це дасть вам змогу прослухати цей запис та зробити попередню оцінку вашої радіовистави, додати або викинути якісь шуми.

#### 5 ПРЕМ'ЄРА РАДІОВИСТАВИ

Ви можете влаштувати прем'єру вашої радіоп'єси для однокласників, інших ровесників, для молодших класів або для батьків. Повні тексти цих сценаріїв подано в додатку В учительських матеріалів.

##### **Назви та імена дійових осіб (персонажів) радіоп'єс**

Радіоп'єса «ПРИГОДА З МІЛЬЙОНОМ ДОЛЯРІВ»

Дійові особи:

*Петро Федорик — чоловік Ганки*  
*Ганка Федорик — дружина Петра*  
*Ромко Федорик — вісімнадцятилітній син*  
*Христя Федорик — шістнадцятилітня донька*  
*Оповідач новин*  
*Василь Стефків — журналіст з «Українських вістей»*  
*Оповідач*

Радіоп'єса «ПОЧУТТЯ ГУМОРУ»

Дійові особи:

*Антін Костюк — робітник*  
*Ігор Кіндрат — начальник*  
*Секретарка*  
*Робітник 1*  
*Робітник 2*  
*Оповідач*

Радіоп'єса «ТІТОНЬКА»

Дійові особи:

*Настя Фляк — дружина Гриця*  
*Гриць Фляк — чоловік Насті*  
*Василько Фляк — шестилітній синок*  
*Тітонька (тета Гриця Фляка; стара, напівсліпа жінка)*  
*Оповідач*

Радіоп'єса «ДО ЧОГО БИК ПРИВИК»

Дійові особи:

*Панько Ходак — чоловік Марини*

*Марина Ходак — дружина Панька*

*Данка Ходак — шістнадцятилітня дочка*

*Хорхей Пабліто — хлопець, друг Данки Ходак*

*Анджело Році — співробітник Панька Ходака*

*Оповідач*

Радіоп'єса «МІЙ СИН — ПРИНЦ» (Неохочий молодий)

Дійові особи:

*Король Гаврило*

*Принц Юліян*

*Нянька*

*Чарівник – хресний батько*

*Паж*

*Оповідач*

Радіоп'єси : збірка текстів : Radio Plays : a Reader [Текст] / упоряд. Цинцар-Гришук М., Порохівник Д. — Edmonton : Міністерство освіти Альберти, Відділ учнівських і вчительських матеріалів, 2003. — 66 с.

## Презентація інтерв'ю

1. Створіть малі робочі групи.
2. Кожна група вибирає одну із шести поданих нижче новин із преси.
3. Проаналізувавши новину, кожна група готує одне або більше інтерв'ю на цю тему з пропонованого до кожної новини переліку.
4. Кожна робоча група по черзі представляє новину та свої інтерв'ю перед класом.

### 19.1

#### Виделка на спогад

Така вже психологія туристів — їм замало помилуватися краєвидами й будівлями. Їм потрібні «речові докази перебування» в тій чи іншій країні. Грецька влада у відчаї: туристи, оглядаючи Парфенон або інші стародавні храми, намагаються відколоти від колони або статуї бодай шматок мармуру. Те ж саме відбувається в Італії, Єгипті, та багатьох інших країнах. Дай туристам волю, вони давно рознесли б по камінцях піраміду Хеопса або Колізей. А ті, що мандрують літаками чи кораблями, перекушуючи в дорозі, крадуть ложки з логотипами авіакомпанії або корабельного ресторану.

Недавно представник французької компанії «Ейр Франс» повідомив, що авіяпасажир за один лише рік «прихопили зі собою» як сувеніри 845,000 ложок, 741,000 ножів і 713,000 виделок.

Пропоновані для презентації перед класом інтерв'ю з:

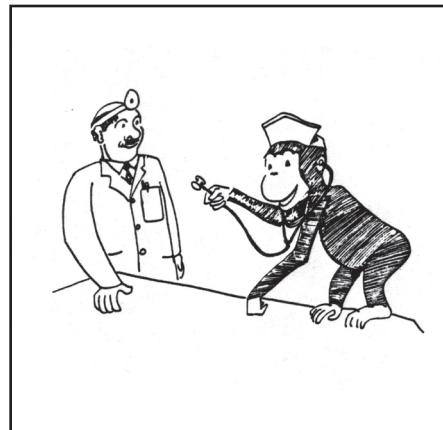
- туристами з різних країн
- туристами, які вкрали речі на спогад
- представником французької компанії «Ейр Франс»
- представниками грецької влади
- провідниками туристів
- представниками бюро подорожей

**19.2**

**Мавпа — помічник лікаря**

Її заробітна платня — кілька бананів на день. Мавпа Чосуке є «асистенткою» доктора Уйяма з японського міста Фукуоки. Ветеринарний лікар купив мавпеня, щоб з ним бавилися діти. Але невдовзі зрозумів, що мавпа може бути корисною і в його лікарській практиці.

Нині Чосуке прибирає кабінет і доглядає тварин на операційному столі. Шимпанзе так уміло тримає хворих собак, що вони не кусаються й не вириваються, коли лікар вимірює їм температуру чи дає ліки. Тварини більше довіряють Чосуке, ніж людям. «Річ у тім, — каже доктор Уйяма, — що моя асистентка дуже любить пацієнтів».



Пропоновані для презентації перед клясою інтерв'ю з:

- ветеринаром д-ром Уйямою
- власниками тварин-пацієнтів
- іншими ветеринарами
- людьми на вулиці
- зоологом

Розмаїтості [Текст] / Адаптація // Веселка. — 1983. — № 16 (XXXII). — С. 11

**19.3**

**Остерігайтесь бандитів!**

Злочинність у Ріо-де-Жанейро, Бразилія, зростає настільки, що місто останнім часом займає одне з перших місць у світі по бандитизму. Дійшло до того, що на багатьох вулицях розклеєні попередження: «Увага! Можливий бандитський напад!».

Пропоновані для презентації перед клясою інтерв'ю з:

- людьми на вулиці
- поліцією
- туристами
- відомими злочинцями
- представниками міської влади (управи)



На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 1 (455)



## 19.4

### Стріляний Майкл

За 56 років мешканця американського містечка Гартфілда Майкла Маріно грабували 83 рази! Його різали ножом, трошили череп, ламали ребра, вибили кільканадцять зубів. Хоча Майкл уже 20 разів побував у лікарні, проте не зраджує своїй звичці пізно повертатися додому. Він навіть пишається тим, що встановив своєрідний рекорд.



Пропоновані для презентації перед клясою інтерв'ю з:

- Майклом Маріно
- його родиною
- його лікарем
- медсестрами в лікарні
- поліцією Гартфілда
- людьми на вулиці (мешканцями містечка Гартфілда)

На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 1 (455)

## 19.5

### Бабуся-лихач

Молодий штутгартський (Німеччина) поліцей задержав автомобіль, що мчав зі шаленою швидкістю. «Прошу показати мені ваші права водія!» — увічливо попросив він і зняковів. З авта вийшла бабуся — 81-річна Інгрід Фулкраус-Фернхольт. Прав водія в неї не було. Ще вісім років тому вона повинна була їх поновити та вирішила цього не робити. Але потім знудьгувалась і ось уже чотири роки не розлучається з кермом. Поновити права бабуся не захотіла, вважаючи, що незабаром вони їй будуть непотрібними.



Пропоновані для презентації перед клясою інтерв'ю з:

- бабусею
- поліцаєм
- людьми на вулиці
- іншими пенсіонерами
- працівниками бюра, що видає права водія

На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 1 (455)



**19.6**

**Міра пограбування**

У Бандунгу, Індонезія, відбувається конгрес... кишенькових злодіїв. Участь у конгресі беруть «представники» Індії, Філіппін та Сингапуру. Делегати з'їзду, обговорюючи проблему «роботи» з іноземними туристами, дійшли угоди: грабувати так, щоб гості мали охоту відвідати країну вдруге. Тому було домовлено повертати потерпілим їхні документи та сувеніри.



Пропоновані для презентації перед клясою інтерв'ю з:

- учасниками конгресу
- поліцією Бандунгу
- людьми на вулиці
- іноземними туристами

На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 5 (459)

**19.7**

**Університет тугодумів**

Один італійський промисловець із Ломбардії кілька років тому купив... університет. Це була єдина можливість, щоб його сини здобули освіту. Спадкоємці справді одержали дипломи і навіть докторські звання, як і сам промисловець. Опісля він перепродав університет своєму приятелю.

— А як же онуки?

— Коли підростуть, знайду і для них університет, — відповів «почесний доктор».



Пропоновані для презентації перед клясою інтерв'ю з:

- італійським промисловцем
- його синами
- приятелем, який відкупив університет
- людьми на вулиці
- ректором університету
- професорами університету
- іншими професорами
- представником урядового відділу вищої освіти.

На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 5 (459)

## Веселе інтерв'ю

1. Розділіться на пари.
2. Кожна пара визначає, хто буде «гостею/гостем» радіопрограми, а хто буде «ведучою/ведучим».
3. Учителька/учитель роздає заліплені клейкою стрічкою сценарії (див. додаток Е вправа 20.2 Учительські матеріали для плянування навчальної діяльності) всім ведучим з вказівкою не відкривати їх аж доки гостя/гість не заповнить анкету гості/гостя).
4. Гості заповнюють свої анкети і (див. 20.1) передають їх ведучим. Після цього гості відходять у другу частину класу, де будуть очікувати запрошення на інтерв'ю.
5. Ведучі відкривають свої сценарії і вписують інформацію з анкет своїх гостей у текст сценарію, нічого не змінюючи, після чого роблять по одній копії свого сценарію для гості/гостя.
6. Учителька/Учитель вибирає кілька пар, які по черзі виходять перед класом і читають своє інтерв'ю.

**20.1**

**Веселе інтерв'ю. Анкета гості/гостя**

	Запитання	Відповідь
а.	Вибери ім'я дівчини (якщо ти хлопець) або ім'я хлопця (якщо ти дівчина) з твоєї класи.	
б.	Вибери будь-який рік.	
в.	Чим ти займаєшся у вільний час?	
г.	Яке одне число тобі подобається (від 5 до 1 000).	
г.	Яке слово тобі більше подобається: «Так» чи «Ні»? Викресли непотрібне.	
д.	Назви трьох учнів у класі.	
е.	Опиши одну з твоїх найсмішніших пригод.	

**20.2**

Копії сценарію ведучої/ведучого роздасть учителька/учитель.

## Аналізуємо та оцінюємо реклами

### 21.1 Знайомимось із методом оцінювання реклами

Ознайомся з поданою нижче «Карткою для аналізу й оцінювання реклами». Зверни увагу на запитання. Як ти гадаєш, чому важливо врахувати ці запитання при складанні реклами?

#### Картка для аналізу й оцінювання реклами

	Відповіді
Джерело реклами/повідомлення:	<input type="checkbox"/> радіо <input type="checkbox"/> телебачення <input type="checkbox"/> газета
Реклямований товар/рекламована послуга:	..... ..... .....
Компанія/Замовник	..... ..... .....
Цільова група:	..... ..... .....
До якої потреби/яких потреб удається це повідомлення?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Яке почуття викликає?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....

Розвиток розуміння прочитаного та письмові завдання

<p>Використаний підхід/ використані підходи до переконання:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Використаний спосіб/ використані способи переконання:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Використаний мовний засіб/використані мовні засіб засоби:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Чи є гасло? Якщо є, то яке?</p>	<p><input type="checkbox"/> Так <input type="checkbox"/> Ні</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Я вважаю це рекламне повідомлення...</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>оскільки...</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Чому, на твою думку, рекламна агенція вибрала саме цей ЗМІ для реклами цього товару або послуги?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>







**Картка для аналізу й оцінювання реклами**

	Відповіді
Джерело реклами/ повідомлення:	<input type="checkbox"/> радіо <input type="checkbox"/> телебачення <input type="checkbox"/> газета
Реклямований товар/ рекламована послуга:	..... ..... .....
Компанія/Замовник	..... ..... .....
Цільова група:	..... ..... .....
До якої потреби/яких потреб удається це повідомлення?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Яке почуття викликає?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Використаний підхід/ використані підходи до переконання:	..... ..... .....
Використаний спосіб/ використані способи переконання:	..... ..... .....

Використаний мовний засіб/використані мовні засоби:	..... ..... .....
Чи є гасло? Якщо є, то яке?	<input type="checkbox"/> Так <input type="checkbox"/> Ні ..... ..... .....
Я вважаю це рекламне повідомлення...	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....
оскільки...	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....
Чому, на твою думку, рекламна агенція вибрала саме цей ЗМІ для реклами цього товару або послуги?	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....

**Картка для аналізу й оцінювання реклами**

	Відповіді
Джерело реклами/ повідомлення:	<input type="checkbox"/> радіо <input type="checkbox"/> телебачення <input type="checkbox"/> газета
Реклямований товар рекламована послуга:	..... ..... .....
Компанія/Замовник	..... ..... .....
Цільова група:	..... ..... .....
До якої потреби/яких потреб удається це повідомлення?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Яке почуття викликає?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Використаний підхід/ використані підходи до переконання:	..... ..... .....
Використаний спосіб/ використані способи переконання:	..... ..... .....

Використаний мовний засіб/використані мовні засоби:	..... ..... .....
Чи є гасло? Якщо є, то яке?	<input type="checkbox"/> Так <input type="checkbox"/> Ні ..... ..... .....
Я вважаю це рекламне повідомлення...	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....
оскільки...	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....
Чому, на твою думку, рекламна агенція вибрала саме цей ЗМІ для реклами цього товару або послуги?	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....

21.3

Читаємо й аналізуємо зразки реклам для радіо

Прочитай зразки поданих нижче радіореклам і проаналізуй кожну з них, використовуючи «Картки для аналізу й оцінювання», подані вкінці вправи 21.3.

в.

## Мотоцикл

Мотоцикл, швидкий, як куля — авантура, веселощі й приємний час! Брррмм ... брррмм ... Це ви в чорному шкіряному жакеті з символом «Хуліган», черепом і кістями на спині ... Чорний шолом, залізні ланцюги на шії й зап'ястках ... Ах, як ви пристойно виглядаєте на тому мотоциклі! Усі дивляться на вас із тривогою в очах. Брррмммм ... брррмммм ... Чути скрегіт коліс на асфальті, й ви пролітаєте повз, наче блискавка! Хочете здобути повагу й пошану в усіх ваших приятелів, бо ви показуєте кляс? Хочете бути членом славного мотоциклетного клубу «Хулігани»? Хочете, щоб усі на вас дивилися із заздністю? Попросіть ваших батьків, щоб купили вам мотоцикл! Брррмммм ... Мотоцикл — кляс, пошана й авантура!



г.

## Молоко

Ммммм ... молоко!

Свіже, біле, холодне, смачне!

Гльог, гльог, гльог!

Аааааааа ... Коли маєте спрагу — пийте молоко! Ммммм ... Молоко освіжаюче й здорове! Воно має мінерали, кальцій і фосфор, що дуже потрібні для сильних костей і білих, здорових зубів. Вуглеводи, жири й протеїни в молоці дають нам енергію. Протеїн теж важливий для крові. Молоко має багато корисних для нашого здоров'я вітамінів: А, В1, В2, В12, С, Е, К, і D! Хто п'є молоко? Діти, атлети, дорослі, малята. Усі п'ють... ммммм... молоко! Чому? Молоко — це натуральний, природний, найбільш поживний напій! Воно має поживні речовини, важливі для росту й доброго здоров'я! Будьте здорові — пийте ммммм... молоко! Гльог, гльог, гльог, гльог! Аааааааа ...



**Картка для аналізу й оцінювання реклами**

	Відповіді
Джерело реклами/ повідомлення:	<input type="checkbox"/> радіо <input type="checkbox"/> телебачення <input type="checkbox"/> газета
Реклямований товар рекламована послуга:	..... ..... .....
Компанія/Замовник	..... ..... .....
Цільова група:	..... ..... .....
До якої потреби/яких потреб удається це повідомлення?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Яке почуття викликає?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Використаний підхід/ використані підходи до переконання:	..... ..... .....
Використаний спосіб/ використані способи переконання:	..... ..... .....



Використаний мовний засіб/використані мовні засоби:	..... ..... .....
Чи є гасло? Якщо є, то яке?	<input type="checkbox"/> Так <input type="checkbox"/> Ні ..... ..... .....
Я вважаю це рекламне повідомлення...	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....
оскільки...	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....
Чому, на твою думку, рекламна агенція вибрала саме цей ЗМІ для реклами цього товару або послуги?	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....

**Картка для аналізу й оцінювання реклами**

	Відповіді
Джерело реклами/ повідомлення:	<input type="checkbox"/> радіо <input type="checkbox"/> телебачення <input type="checkbox"/> газета
Реклямований товар — рекламована послуга:	..... ..... .....
Компанія/Замовник	..... ..... .....
Цільова група:	..... ..... .....
До якої потреби/яких потреб удається це повідомлення?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Яке почуття викликає?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Використаний підхід/ використані підходи до переконання:	..... ..... .....
Використаний спосіб/ використані способи переконання:	..... ..... .....

<p>Використаний мовний засіб/використані мовні засоби:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Чи є гасло? Якщо є, то яке?</p>	<p><input type="checkbox"/> Так <input type="checkbox"/> Ні</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Я вважаю це рекламне повідомлення...</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>оскільки...</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Чому, на твою думку, рекламна агенція вибрала саме цей ЗМІ для реклами цього товару або послуги?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

Les médias publicités à l'oeuvre / Caouette L., Colbourne L., Lewis C. // French 30, module 3 : Le rôle des medias [Текст]. — Edmonton : Direction de l'éducation française, Alberta Education, 1999. — С. 119–124

Цинцар-Гришук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи. Українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Гришук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 79–80

21.4

**Читаємо й аналізуємо зразок повідомлення для преси**

Прочитай та оглянь подане нижче повідомлення про виставку старовинних телефонів. Як ти думаєш, чим відрізняється це повідомлення від реклами чи повідомлень, які готуються для радіо? Проаналізуй це повідомлення, використовуючи подану «Картку для аналізу й оцінювання реклами».

**Увага!**  
14 червня 2025 року  
о 10-й годині ранку  
у Провінційному музеї відкриється

**ВИСТАВКА**  
**старовинних телефонів**

Ласкаво запрошуємо всіх!

Адреса музею: 2845 — 102 Авеню, Едмонтон, Альберта  
Години роботи:  
Щодня з 10:00 — 17:30  
Вхід: безкоштовний

**Картка для аналізу й оцінювання реклами**

	Відповіді
Джерело реклами/ повідомлення:	<input type="checkbox"/> радіо <input type="checkbox"/> телебачення <input type="checkbox"/> газета
Реклямований товар — рекламована послуга:	..... ..... .....
Компанія/Замовник	..... ..... .....
Цільова група:	..... ..... .....
До якої потреби/яких потреб удається це повідомлення?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Яке почуття викликає?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Використаний підхід/ використані підходи до переконання:	..... ..... .....
Використаний спосіб/ використані способи переконання:	..... ..... .....

Використаний мовний засіб/використані мовні засоби:	..... ..... .....
Чи є гасло? Якщо є, то яке?	<input type="checkbox"/> Так <input type="checkbox"/> Ні ..... ..... .....
Я вважаю це рекламне повідомлення...	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....
оскільки...	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....
Чому, на твою думку, рекламна агенція вибрала саме цей ЗМІ для реклами цього товару або послуги?	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....



**21.5 Аналізуємо справжню рекламу чи інформаційне повідомлення з україномовного радіо, україномовної преси**

Вибери з україномовних радіопрограм, телебачення чи часописів рекламу або повідомлення, що тобі припало до вподоби, та проаналізуй його, використовуючи «Картку для аналізу й оцінювання». Попроси вчительки/вчителя адреси веб-сайтів україномовних радіостанцій.

**Картка для аналізу й оцінювання реклами**

	Відповіді
Джерело реклами/ повідомлення:	<input type="checkbox"/> радіо <input type="checkbox"/> телебачення <input type="checkbox"/> газета
Рекламований товар/ рекламована послуга:	..... ..... .....
Компанія/Замовник	..... ..... .....
Цільова група:	..... ..... .....
До якої потреби/яких потреб удається це повідомлення?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....
Яке почуття викликає?	..... ..... .....
У який спосіб?	..... ..... .....

<p>Використаний підхід/ використані підходи до переконування:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Використаний спосіб/ використані способи переконування:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Використаний мовний засіб/використані мовні засоби:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Чи є гасло? Якщо є, то яке?</p>	<p><input type="checkbox"/> Так <input type="checkbox"/> Ні</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Я вважаю це рекламне повідомлення...</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>оскільки...</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Чому, на твою думку, реklamна агенція вибрала саме цей ЗМІ для реклами цього товару або послуги?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

**21.6**

**Готуємо рекламу для радіо чи інформаційне повідомлення для преси**

Користуючись зразками радіореклям з вправи 21.2 чи повідомлення з вправи 21.3, напиши свою рекламу для радіо чи власне повідомлення для преси.

Спершу виріши, про що буде твоя реклама (товар, послуга, захід) чи повідомлення (концерт, вистава, забава, змагання, шкільний ярмарок, показ мод, вечірка друзів, товариська зустріч з відбиванки тощо) і для якого кола людей це буде призначено.

Потім поміркуй про дату й годину початку або відкриття чи години праці твого заходу, про місце з повною адресою та кошт вступу (вартість вхідного квитка або вхід безплатний). Напиши чернетку тексту своєї реклами чи свого повідомлення. Якщо ти готуєш повідомлення для преси, то подумай, чи доцільно буде художньо оформити його, вживаючи такі елементи, як логотип, графічні зображення чи фотографії.

Перевір, чи немає граматичних помилок у твоєму тексті. Підготуй текст своєї реклами чи свого повідомлення на папері або за допомогою комп'ютера. Виріши, до якої української радіопрограми чи газети або журналу ти хочеш подати свою рекламу чи повідомлення. Будь готова/готовий пояснити, для якого кола людей ти призначаєш своє повідомлення чи рекламу і чому саме ти обрала/обрав цю радіопрограму, газету чи цей журнал.

**Чернетка реклами або інформаційного повідомлення**

Моя реклама/Моє повідомлення призначене для:  радіо  телебачення  преси

Назва програми радіо чи телебачення або газети чи журналу: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Тема (про що я хочу сповістити) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Для якого кола людей \_\_\_\_\_

Дата й година початку або відкриття чи години роботи заходу \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Місце (повна адреса) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Кошт вступу \_\_\_\_\_





## Пісня «Червона рута»

22.1

Вступ

«Червона рута» — одна з найвідоміших українських пісень. Її автор Володимир Івасюк\*, лікар за освітою, відомий український композитор і поет. Пісня була написана на основі давньої легенди, яку автор почув у гуцульському селі. Легенда оповідає, що зеленолиста рута, яка рясно вкриває гірські полонини, зазвичай зацвітає жовтим цвітом. Але трапляється, хоча й дуже рідко, що вона зацвітає червоним. Дівчина, якій пощастить знайти й зірвати цю чарівну квітку, буде щаслива, бо сама розквітне, як квітка, і своєю вродою причарує коханого. Герой «Червоної рути» — закоханий юнак — просить не шукати чарівної квітки вечорами і не приносити йому. Оскільки кохана дівчина вже давно причарувала



Софія Ротару на сцені.

Переглянуто 3 серпня 2011.  
<http://www.sofiarotaru.com/photo/scene?6>



Софія Ротару на сцені.

Переглянуто 3 серпня 2011.  
<http://www.sofiarotaru.com/photo/scene?4>

його своєю вродою, такою ж чистою, як джерельна гірська вода.

Виконує «Червону руту» українська зірка Софія Ротару. Саме цією піснею співачка дебютувала 1971 року. Нині Софія Ротару має десятки нагород і премій за свій надзвичайний талант в естрадному мистецтві.

На жаль, творець «Червоної рути» трагічно загинув на тридцятому році життя. Його знайшли повішеним у лісі біля Львова. Обставини і деталі його смерті суперечать офіційній версії його смерті через самогубство.

### Словничок

**вкривати** — to cover  
**врода** — beauty  
**джерельна вода** — spring water  
**загинути** — to perish  
**зазвичай** — usually  
**зірвати** — to pick up  
**полонина** — alpine meadow  
**повішений** — hanged  
**причарувати** — to enchant  
**рясно** — abundantly  
**самогубство** — suicide  
**суперечити** — to contradict  
**трапляється** — it happens  
**червона рута** — red rue

\* Щоб дізнатися більше про композитора Івасюка, відвідай таку веб-сторінку: <http://www.ivasyuk.org.ua/main.php?l=uk>

Прочитай Вступ і вкажи, чи подані нижче речення є правдиві чи неправдиві.

	П	Н
а. «Червона рута» — відома українська пісня.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
б. Автор пісні також написав легенду про квітку, червону руту.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
в. Рута зазвичай розквітає жовтим цвітом.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
г. Дівчина, яка знайде й зірве червону руту, стане відьмою.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
г. Герой пісні шукає магічну квітку.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
д. Софія Ротару дебютувала 1971 р. піснею «Червона рута».	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
е. Автор пісні загинув за невідомих обставин.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 22.2

### Заняття для поглиблення словникового запасу

- а. Знайди в тексті пісні інші назви квітки — червона рута.

---



---



---

- б. Уяви квітку — червону руту — й опиши її (вживай прикметники).

---



---



---



---

- в. Утвори фразу, вживаючи іменник «рута» й узгоджуючи його з прикметником та іменником у місцевому відмінку. Наприклад: Чарівна рута в лісі.

При потребі запитай учительку/учителя, як утворити таку фразу.

---



---



---



г. Правильно вживай такі прикметники з іменником «рута».

магічний

---

---

чарівний

---

---

рідкісний

---

---

сонячний

---

---

таємничий

---

---

прекрасний

---

---

загадковий

---

---

гарний

---

---



## б. Заспівайте пісню всі разом.

### Словничок до пісні

**признатися** — *to admit*  
**чари** — *spell*  
**бути у полоні печалі** — *to be overwhelmed by sadness*  
**чар-зілля** — *magical herbs*  
**сонце-рута** — *sun rue = red rue*  
**дїброва** — *grove*  
**стежка** — *path*

Griffee D.T. Songs in Action [Текст] / Griffee D.T. — New York : Prentice Hall, 1992. — 173 с.

## 22.4

### Заняття з граматики

- а. Підкресли правильну форму іменника, щоб завершити пісню. Прослухай пісню, щоб перевірити свої відповіді.

Ти признайся мені, звідки в тебе ті чари, –  
 Я без тебе всі дні у **полон/полоні/полоном** печалі,  
 Може, десь у **лісах/ліси/лісами** ти чар-зілля шукала,  
 Сонце-руту знайшла і мене зчарувала?

Бачу я тебе в **сни/снів/снах**, у **дїбровах/дїброві/дїброви** зелених,  
 По забутих **стежки/стежці/стежках** ти приходиш до мене.  
 І не треба нести мені квітку надії,  
 Бо давно уже ти увійшла в мої мрії.

Thewlis S. Grammar Dimensions : Form, Meaning, and Use [Текст] / Thewlis S. — Book three. — Boston : Heinle & Heile Pub., 1993. — 430 с.

- б. Знайди собі партнерку/партнера і працюйте разом:
- i. Знайди і в поданій нижче таблиці випиши всі іменники з пісні.
  - ii. Постав ці іменники у форму називного відмінка.
  - iii. Постав ці іменники у форму місцевого відмінка однини чи множини.
  - iiii. Зміни іменники у формі місцевого відмінка множини на іменники у формі місцевого відмінка однини.

◇ Увага. Перші два рядки подано як зразок.



в. Знайди собі партнерку/партнера і працюйте разом:

і. Знайди в тексті пісні такі конструкції:

в/у + місцевий відмінок та в/у + знахідний відмінок.

---



---



---

ii. Утвори речення зі знайденими конструкціями.

---



---



---



---



---



---

iii. Вкажи, чи підкреслені нижче словосполучення вжито у формі місцевого чи у формі знахідного відмінка:

	Місц.	Знах.
1. <u>В молодих літах</u> блукав я лісами, шукав чар-зілля.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. <u>В одну мить</u> з'явилася переді мною червона рута.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. <u>В таку ніч</u> магічна квітка розквітає.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Сонце-руту слід шукати <u>в червні</u> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Не шукай червону руту <u>в цю пору</u> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Пісня «Я піду в далекі гори»

### 23.1 Вступ

Американка українського походження Квітка Цісик\* розпочала свою творчу кар'єру як оперна співачка. Але завдяки своєму соло та бек-вокалу в записах джазових і поп-зірок та виконанню озвучень реклам для великих компаній, зокрема відомого лозунга «Чи ви мали щастя бути за кермом Форда?», Квітка Цісик залишилася в пам'яті володаркою одного з найпоширеніших у світовому етері голосів.

Пісня Івасюка «Я піду в далекі гори» в її виконанні звучить справжнім гімном красі краю її батьків. Слухаєш її й уявляєш красу Карпат, бачиш мальовничі гори і смереки, кичери, що поросли лісом, який однак таки не досяг верхівок гір, зелені діброви і глибокі гірські бескиди, чуєш спів бурхливих річок та стрімких потічків. Музичний супровід також цілком відповідає цьому романтичному настрою. Можемо лише пожалкувати, що Квітки-Цісик уже давно немає серед нас. Але пісні, у які вона вклала свою душу, продовжують жити та приносять слухачам радість та естетичне задоволення.



Квітка Цісик\*

Переглянуто 3 серпня 2011.  
[http://uk.wikipedia.org/wiki/Квітка\\_Цісик](http://uk.wikipedia.org/wiki/Квітка_Цісик)

\* Щоб дізнатися більше про співачку Квітку Цісик, відвідай веб-сторінку: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Квітка\\_Цісик](http://uk.wikipedia.org/wiki/Квітка_Цісик)

#### Словничок

**завдяки** — thanks to  
**виконання** — performance  
**володарка** — owner  
**справжній** — real  
**смерека** — European spruce  
**кичера** — a mountain above the treeline,  
**бескид** — 1) type of mountain, 2) steep mountain slope  
**бурхливий** — stormy  
**стрімкий** — swift  
**потік** — stream  
**супровід** — accompaniment  
**цілком** — wholly  
**відповідати** — to correspond  
**пожалкувати** — to feel sorry  
**вкласти** — to invest



- a. Прочитай вступ. Викресли неправдиву інформацію в поданих нижче реченнях:
- i. Українка Квітка Цісик співала в опері, виконувала соло і бек-вокал у джазових і поп-композиціях, озвучувала рекляму, співала українські пісні.
  - ii. Квітка Цісик не виконувала пісню «Я піду в далекі гори», яку написав і виконав Володимир Івасюк.
  - iii. Пісня «Я піду в далекі гори» — це гімн України і гімн красі Карпат.
  - iv. Коли слухаєш пісню «Я піду в далекі гори», уявляєш високі гори, зелені ліси, стрімкі річки і широкі моря.
  - v. Можемо лише пожалкувати, що пісні, які виконувала Квітка-Цісик, продовжують жити в душі українців.

Urquhart A. Reading in a Second Language: Process, Product, and Practice [Текст] / Urquhart A., Weir C. — London ; New York : Longman, 1998. — 346 с.

**23.2**

**Заняття для слухового сприйняття**

- a. Прослухай пісню і перевір свої відповіді у вправі 23.1.
- b. Заспівайте пісню разом.
- v. Слухаючи пісню, впиши пропущені фрази.

Я піду в далекі гори, \_\_\_\_\_

І попрошу вітру зворів, аби він не спав до днини.

Щоб летів \_\_\_\_\_ на кичери і діброви

І дізнавсь, де моя мила — карі очі, чорні брови.

Миля моя, люба моя, світе ясен цвіт.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

І сади цвітуть для мене, як до тебе йду.

А як вітер з полонини полетіти не захоче,

Все одно знайду дівчину — \_\_\_\_\_

Перейду я \_\_\_\_\_, і бескиди, і діброви,

І шляхи мені покажуть карі очі, чорні брови.

Elbaum S. Grammar in Context [Текст] / Elbaum S. — Book 3. — Boston: Heinle & Heile, 1996. — 368 с.

## 23.3

### Заняття для поглиблення словникового запасу

#### Словничок до пісні

**полонина** — *alpine meadow*  
**звір (звори — pl, dialect)/яр** — *ravine*  
**спасти/спадати** — *to fall*  
**днина/дно** — *bottom*  
**зажура** — *longing*  
**перейти/переходити** — *to cross*

- а. Випиши всі прикметники з тексту пісні у таблиці на с. 171.
  - Визнач рід і число кожного прикметника.
  - Знайди, по змозі, по одному синоніму й/чи антоніму до кожного прикметника. Окремі прикметники можуть мати більше, ніж один синонім/антонім. Подай стільки синонімів і антонімів, скільки можеш.
- б. Запиши два-три іменники, з якими можна використовувати кожен прикметник.
- в. Утвори вищий та найвищий ступені порівняння із прикметників.
- г. Порівняй і обговори свої відповіді з партнеркою/партнером.

Найвищий ступінь прикметника					
Вищий ступінь прикметника					
Іменники, з якими можна використовувати цей прикметник					
Антонім					
Синонім					
Число	Множина	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Однина	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Рід/Роди	Чол., жін.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Сер.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Жін.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Чол.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Прикметники					

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**23.4**

**Заняття з граматики**

а. Випиши іменники з тексту пісні і додай два прикметники до кожного з цих іменників. Узгодь їх.

Іменник	Прикметники, узгоджені з іменником
гори	високі, стрімкі





Милий, їдьмо цього року на відпочинок окремо.		Мила, не сердься, якщо я повернуся сьогодні опівночі.
Ти завжди для мене любий гість.		Це любий сердцю подарунок.
У нього/неї милий голос.		У нього/неї милий профіль.

- ◇ Деякі прикметники мають коротку форму. Наприклад, «ясний» — «ясен».  
Прикметники короткої форми закінчуються на твердий приголосний (звук) і вживаються у формах називного, знахідного та кличного відмінків однини чоловічого роду (ясен цвіт, славен час).

Голосний звук «-е» в коротких формах прикметників випадає в повних формах прикметників (повен — повний, дрібен — дрібний).

в. Викресліть довгу форму прикметників, поданих нижче.

1. Я згоден/згодний з тобою, мила.
2. Обіцяю, що жоден/жодний наш день не мине без слів «Я тебе кохаю!»
3. Будь ласкав/ласкавий, коханий, зроби мені чаю.
4. Будь здоров/здоровий, любий!
5. Кожен/Кожний день з тобою неповторний!
6. Я ладен/ладний зірку з неба для тебе дістати.

## Пісня «Несе Галя воду»

Несе Галя воду, коромисло гнеться,  
За нею Іванко, як барвінок, в'ється.  
За нею Іванко, як барвінок, в'ється.

— Галю ж моя Галю, дай води напиться,  
Ти така хороша — дай хоч подивиться!  
Ти така хороша — дай хоч подивиться!

— Вода у криниці, піди та й напийся,  
Як буду в садочку — прийди подивися.  
Як буду в садочку — прийди подивися.

— Прийшов у садочок, зозуля кувала,  
А ти ж мене, Галю, та й не шанувала.  
А ти ж мене, Галю, та й не шанувала.

— Стелися, барвінку, — буду поливати,  
Вернися, Іванку, — буду шанувати.  
Вернися, Іванку, — буду шанувати.

— Скільки не стелився, ти не поливала,  
Скільки не вертався, ти не шанувала.  
Скільки не вертався, ти не шанувала.

### Словничок до пісні

**коромисло** — yoke  
**гнутися** — to bend  
**барвінок** — periwinkle  
**витися** — to clamber  
**криниця** — a spring, well  
**та й** — and  
**як/коли** — when  
**шанувати** — to respect  
**стелитися** — to creep



Компактний диск вибраних пісень  
«Співає Тріо Маренич» (2003 р., «Taras Bulba Entertainment»).

Переглянуто 3 серпня 2011.  
<http://www.umka.com.ua/ukr/catalogue/traditional-singing/marenich-trio-singing-from-trio-marenich.html>

<http://www.pisni.org.ua/albums/3.html>  
Переглянуто 3 серпня 2011.

Виконавці: Тріо Маренич

Альбом: Три тополі (1998)

Автор текстів і музики: Народня пісня

## 24.1

## Вступ

Українські народні пісні — феноменальні. По-перше, у них оповідається про щоденний досвід українців: усі важливі події життя від народження до поховання відбуваються з піснею. По-друге, їхня поетична й музична краса неперевершена, і про це залишили нам свідчення навіть представники інших культур. Наприклад, відомий німецький філософ та історик Йоган Гердер запевняв, що «Україна постане новою Грецією. Ця країна має багату землю і музично обдарований народ». Інший німецький письменник Фредерик Боденщедт писав: «У ніякій іншій країні душа народу так живо і природно не постає з пісень, як в Україні».

Романтичну пісню «Несе Галя воду» про працювиту дівчину і закоханого хлопця, що в'ється навколо дівчини, як барвінок, виконує колись популярне тріо Маренич. Сестри-росіянки Світлана та Антоніна й чоловік останньої, українець, Валерій, майстерно і натхненно доносять до слухачів красу української народної пісні. Їхня музика — прекрасна, їхні голоси — чудові. Слухайте й насолоджуйтеся! Напевно, ви знову і знову шукатимете нагоду послухати їх.

### Словничок

**досвід** — *experience*  
**поховання** — *burial*  
**неревершений** — *unsurpassed/*  
*incredible*  
**помічений** — *observed, noticed*  
**запевняти** — *to convince*  
**постати** — *to arise*  
**обдарований** — *talented*  
**вितися** — *to clamber*  
**барвінок** — *periwinkle*  
**колись** — *a while ago*  
**натхненно** — *with inspiration*  
**знову** — *again*  
**нагода** — *opportunity*  
**коромисло** — *yoke*  
**гнутиця** — *to bend*  
**барвінок** — *periwinkle*  
**витися** — *to clamber*  
**критиця** — *a spring, well*  
**тай = та й** — *and*  
**як = коли** — *when*  
**шанувати** — *to respect*  
**стелитися** — *to creep*

Звернися до відгуку на наступній сторінці. Подай свої враження про вступ, заповнюючи відгук.

Обмінюйтеся відгуками з партнеркою/партнером та обговоріть свої відповіді.

**Відгук до вступу**

а. Дай заголовок.

б. Підсумуй вступ 1-2 реченнями.

в. Дай відгук на вступ (2-3 речення).

Наприклад, Що цікавого ти дізналася/дізнався? Над чим ти замислилася/замислився?

г. Запитай, що ти хочеш знати більше про дану пісню чи її виконавців.

г. Випиши нові для тебе слова і поясни чи переклади їх.

**24.2**

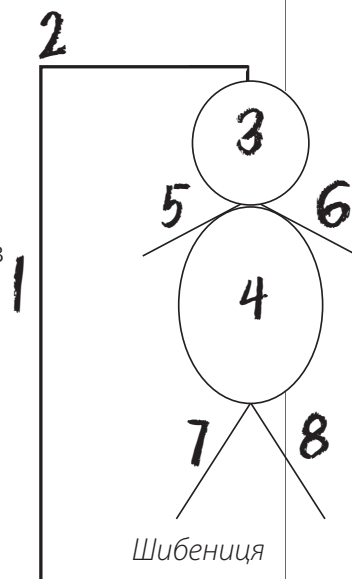
**Заняття для поглиблення словникового запасу**

Гра «Шибениця»

Усі подані нижче слова, які треба відгадати, стосуються звичаїв, традицій і предметів побуту традиційного українського села.

Кожна риска «\_\_» дорівнює одній літері.

1. Грайте в парах.
2. Учителька/Учитель дає Партнерці/Партнерові 2 відповіді до слів Партнерки/Партнера 1, а Партнерці/Партнерові 1 — відповіді до слів Партнерки/Партнера 2.
3. Щоб відгадати слово, ти повинна/повинен обрати літери з української абетки.
4. Кожне слово треба відгадати за 8 ходів.
5. Кожний невірний хід дорівнює одній частині шибениці.
6. Починає відгадувати й записувати слова у своїй колонці Партнерка/Партнер 1, а Партнерка/Партнер 2 стежить за кожним ходом, звіряє відповіді та позначає їх результати на малюнку «Шибениця».
7. Партнери міняються ролями.



Гра «Шибениця» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.hangman.no/>



## Українська абетка

Аа	Бб	Вв	Гг	Ґґ	Дд
Ее	Єє	Жж	Зз	Ии	Іі
Її	Йй	Кк	Лл	Мм	Нн
Оо	Пп	Рр	Сс	Тт	Уу
Фф	Хх	Цц	Чч	Шш	Щщ
Ьь	Юю	Яя			

## Партнерка/Партнер 1

1. д \_ \_ р

2. к \_ \_ \_ \_ я

3. т \_ н

4. х \_ \_ а

5. г \_ \_ \_ д

6. с \_ д

## Українська абетка

Аа	Бб	Вв	Гг	Ґґ	Дд
Ее	Єє	Жж	Зз	Ии	Іі
Її	Йй	Кк	Лл	Мм	Нн
Оо	Пп	Рр	Сс	Тт	Уу
Фф	Хх	Цц	Чч	Шш	Щщ
Ьь	Юю	Яя			

## Партнерка/Партнер 2

1. в \_ \_ а

2. л \_ \_ \_ а

3. к \_ \_ \_ \_ \_ о

4. м \_ \_ н

5. в \_ \_ \_ о

6. в \_ з



**24.3**

**Заняття для слухового сприйняття**

1. Працюйте в парах.
2. Слухаючи пісню, переписіть слова кожного рядка, поданого нижче, у правильному порядку. Зверніть увагу на пунктуаційні знаки і великі літери.
3. Прослухайте пісню, щоб перевірити свої відповіді.
4. Заспівайте пісню разом.

а. воду | Галя | гнеться | коромисло | Несе \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

б. барвінок | в'ється. | За нею Іванко | як \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

в. — Галю | ж | води | Галю, дай | моя | напиться, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

г. дай | подивиться! | така | Ти | хороша — | хоч \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

г. — Вода | напийся, | піди тай | у криниці, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

д. буду в садочку — | подивися. | прийди | Як \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

е. зозуля кувала, | — Прийшов у садочок, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

є. А | Галю, | мене, | не шанувала. | та й | ти ж \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

ж. барвінку — | буду поливати, | — Стелися, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

з. буду | Вернися, Іванку, — | шанувати. \_\_\_\_\_

и. не поливала, | не стелився, | — Скільки | ти \_\_\_\_\_

і. не вертався, | не шанувала. | Скільки | ти \_\_\_\_\_

Maley A. The Inward Ear : Poetry in the Language Classroom [Текст] / Maley A., Duff A. — Cambridge : Cambridge University Press, 1989. — 192 с.

## 24.4

### Заняття з граматики

1. Працюй самостійно, використовуючи таблицю, подану нижче.
2. Випиши всі дієслова з пісні, слухаючи її, або з надрукованого тексту.
3. Постав усі дієслова у формі наказового способу (2 особа однини, 1 особа множини і 2 особа множини).
4. Обміняйтеся відповідями з кимось з однокласників, та поправте одне одного.

Дієслова з пісні:	Дієслово у формі наказового способу для 2 особи однини (ти)	Дієслово у формі наказового способу для 1 особи множини (ми)	Дієслово у формі наказового способу для 2 особи множини (ви)
Наприклад: несе́	несі́	несі́мо	несіть


## Засоби масової інформації (ЗМІ) у змінному світі

### 25.1

#### Попередні особисті відгуки

1. Прочитай подані нижче запитання.
2. Дай відповідь на кожне запитання разом із поясненням, чому ти саме так відповідаєш, а не інакше.
3. Запиши свої відповіді, щоб поділитися ними з однокласниками.
4. Зроби передбачення того, як, на твою думку, відгукнеться більшість твоїх однокласників на кожне з цих запитань.

- а. Котрий із засобів масової інформації має найбільший вплив на життя людей сьогодні?

відповідь: \_\_\_\_\_

пояснення: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

моє передбачення: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- б. Як, на твою думку, більшість людей закінчить таке речення: «Засіб масової інформації, без якого я не можу обійтися у щоденному житті, — це...» Чому?

відповідь: \_\_\_\_\_

пояснення: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

моє передбачення: \_\_\_\_\_

в. Котрий із засобів масової інформації, ймовірно, незабаром зникне або вважатиметься застарілим? Чому?

Відповідь: \_\_\_\_\_

Пояснення: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

моє передбачення: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

г. Без якого засобу масової інформації ти могла б/міг би цілковито обійтися? Чому?

Відповідь: \_\_\_\_\_

Пояснення: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

моє передбачення: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

г. Котрий із існуючих видів засобів масової інформації, ймовірно, переживе всіх інших? Чому?

Відповідь: \_\_\_\_\_

Пояснення: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

моє передбачення: \_\_\_\_\_

## 25.2

### Оприлюднення результатів

1. Повісь свої відповіді на видному місці в класі згідно вказівок твоєї вчительки/твого вчителя.
2. Обійди всі вивішені відповіді та запиши дані, які вони розкривають.
3. Порівняй ці результати зі своїми передбаченнями, які ти зробила/зробив у вправі 25.1.

#### Таблиця для запису й порівняння результатів

Запитання	Види засобів масової інформації										Інші (уточни, будь ласка)	
	Друк і преса	Телерадіомовлення			Кінематограф	Носії та відтворювачі аудіо- та відео-записування	Відеоігри	Інтернет	Безпроводні ЗМІ			
	Книжки, газети, журнали	Радіо	Телебачення	Кабельне телебачення	Розважальні та документальні фільми	Диски, касети, відео, комп'ютери	PlayStation 3, Xbox 360, Wii	Блоги, подкасти, онлайн-версії газет та журналів	Мобільний телефон	Безпроводне телебачення, радіо, Інтернет		Супутникові технології
а. Котрий із засобів масової інформації має найбільший вплив на життя людей сьогодні?												
Кількість усіх відповідей												
Моє передбачення (познач X)												
б. Як, на твою думку, більшість людей закінчить таке речення: «Засіб масової інформації, без якого я не можу обійтися у моєму щоденному житті, — це...»												
Кількість усіх відповідей												
Моє передбачення (познач X)												



в. Котрий із засобів масової інформації, ймовірно, [незабаром] зникне або вважатиметься застарілим?																				
Кількість усіх відповідей																				
Моє передбачення (познач X)																				
г. Без якого засобу масової інформації ти могла б/міг би цілковито обійтися?																				
Кількість усіх відповідей																				
Моє передбачення (познач X)																				
г. Котрий з існуючих видів засобів масової інформації, найбільш правдоподібно, переживе всіх інших?																				
Кількість усіх відповідей																				
Моє передбачення (познач X)																				

## 25.3

### Міркування після заняття

1. Підсумуй результати відповідей однокласників.
2. Порівняй ці результати з власними попередніми передбаченнями; чи вони подібні, чи відрізняються?
3. Поміркуй про те, що відкривають тобі ці дані про стосунки людей із засобами масової інформації сьогодні.

Стосовно запитання а:

- і. З відповідей моїх однокласників випливає, що їхній вибір падає на такі три види засобів масової інформації:

---



---



---

ii. Порівняння цих результатів із моїми передбаченнями:

---

---

---

---

---

iii. Чи твоя думка змінилася після того, як ти прочитала/прочитав відповіді й пояснення однокласників? Якщо так, то яким чином?

---

---

---

---

---

Стосовно запитання б:

i. З відповідей моїх однокласників впливає, що їхній вибір падає на такі три види засобів масової інформації:

---

---

---

ii. Порівняння цих результатів із моїми передбаченнями:

---

---

---

---

---

- iii. Чи твоя думка змінилася після того, як ти прочитала/прочитав відповіді й пояснення однокласників? Якщо так, то яким чином?

---

---

---

---

---

- iv. Що ці результати відкривають тобі про стосунки людей із засобами масової інформації?

---

---

---

---

---

Стосовно запитання в:

- i. З відповідей моїх однокласників впливає, що їхній вибір падає на такі три види засобів масової інформації:

---

---

---

- ii. Порівняння цих результатів із моїми передбаченнями:

---

---

---

---

---

- iii. Чи твоя думка змінилася після того, як ти прочитала/прочитав відповіді й пояснення однокласників? Якщо так, то яким чином?

---

---

---

---

---

- iv. Що ці результати відкривають тобі про стосунки людей із засобами масової інформації?

---

---

---

---

---

Стосовно запитання г:

- i. З відповідей моїх однокласників впливає, що їхній вибір падає на такі три види засобів масової інформації:

---

---

---

- ii. Порівняння цих результатів із моїми передбаченнями:

---

---

---

---

---

- iii. Чи твоя думка змінилася після того, як ти прочитала/прочитав відповіді й пояснення однокласників? Якщо так, то яким чином?

---

---

---

---

---

- iv. Що ці результати відкривають тобі про стосунки людей із засобами масової інформації?

---

---

---

---

---

Стосовно запитання г

- i. З відповідей моїх однокласників впливає, що їхній вибір падає на такі три види засобів масової інформації:

---

---

---

- ii. Порівняння цих результатів із моїми передбаченнями:

---

---

---

---

---

- iii. Чи твоя думка змінилася після того, як ти прочитала/прочитав відповіді й пояснення однокласників? Якщо так, то яким чином?

---

---

---

---

---

- iv. Що ці результати відкривають тобі про стосунки людей із засобами масової інформації?

---

---

---

---

---

Ім'я та прізвище	Дата



## Посилання

### Вправа 2

French 30, module 3 : Le rôle des medias [Текст] / Caouette L., Colburne L., Lewis C. — Edmonton : Direction de l'éducation française, Alberta Education, 1999. — С. 4—8

### Вправа 3

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 54—55

### Вправа 4

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 54—55

### Вправа 5.2

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 54—55

Stewart S. A Pictorial History of Radio in Canada [Текст] / Stewart S. — Toronto : Gage Pub., 1975. — С. 13—35

### Вправа 6

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 125

### Вправа 7

Stewart S. A Pictorial History of Radio in Canada [Текст] / Stewart S. — Toronto : Gage Pub., 1975. — С. 13—35

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 60—61

### Вправа 8

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 60—61

**Вправа 9**

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 73—74

**Вправа 10**

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 75—76

**Вправа 11**

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи : українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton : Alberta Education, 1984. — С. 77—78

**Вправа 12**

La publicité dans les médias. French 30, module 3 : Le rôle des medias [Текст]. — Edmonton : Direction de l'éducation française, Alberta Education, 1999. — С. 116—118

**Вправа 15**

[http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/060804\\_rock\\_lesson1\\_kk.shtml](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/060804_rock_lesson1_kk.shtml) Переглянуто 3 серпня 2011.

[http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/061012\\_lesson2\\_kk.shtml](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/061012_lesson2_kk.shtml) Переглянуто 3 серпня 2011.

[http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/061012\\_lesson3\\_kk.shtml](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/061012_lesson3_kk.shtml) Переглянуто 3 серпня 2011.

[http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/061012\\_lesson4\\_kk.shtml](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/061012_lesson4_kk.shtml) Переглянуто 3 серпня 2011.

[http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/061012\\_lesson5\\_kk.shtml](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/learningenglish/story/2006/10/061012_lesson5_kk.shtml) Переглянуто 3 серпня 2011.

**Вправа 17**

Радіоп'еси : збірка текстів : Radio Plays : a Reader [Текст] / упоряд. Цинцар-Грищук М., Порохівник Д. — Edmonton : Міністерство освіти Альберти, Відділ учнівських і вчительських матеріалів, 2003. — 66 с.

**Вправа 19**

Цікава планета [Текст] // Наука і суспільство. — 1983. — № 9. — С. 61

**Вправа 19.2**

Розмаїтості [Текст. Перерібка] // Веселка. — 1983. — № 16 (XXXII). — С. 11

**Вправа 19.3**

На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 1 (455)

**Вправа 19.4**

На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 1 (455)

**Вправа 19.5**

На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 1 (455)

**Вправа 19.6**

На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 5 (459)

На різних широтах [Текст] // Знання та праця. — 1978. — № 5 (459)

**Вправа 21.3**

French 30, module 3 : Lrdm : Les médias publicité à l'oeuvre [Текст]. — Edmonton : Direction de l'éducation française, Alberta Education, 1999. — С. 119—124

Цинцар-Грищук М. Чули ми по радіо : склад лекцій для одинадцятої класи. Українська мовна діяльність [Текст] / Цинцар-Грищук М. — Interim Edition. — Edmonton: Alberta Education, 1984. — С. 54—55

**Вправа 22.3**

Griffiee D.T. Songs in Action [Текст] / Griffiee D.T. — New York : Prentice Hall, 1992. — 173 с.

**Вправа 22.4**

Thewlis S. Grammar Dimensions : form, meaning, and use [Текст] / Thewlis S. — Book three. — Boston : Heinle & Heile Pub., 1993. — 430 с.

**Вправа 23.1**

Urquhart A. Reading in a Second Language: process, product, and practice [Текст] / Urquhart A., Weir C. — London ; New York : Longman, 1998. — 346 с.

**Вправа 23.2**

Elbaum S. Grammar in Context [Текст] / Elbaum S. — Book 3. — Boston: Heinle & Heile, 1996. — 368 с.

**Вправа 24.1**

Aebersold J. From Reader to Reading Teacher : Issues and Strategies for Second Language Classrooms [Текст] / Aebersold J., Field M. — Cambridge : Cambridge University Press, 1997. — 277 с.

**Вправа 24.2**

Гра «Шибениця» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.hangman.no/>

**Вправа 24.3**

Maley A. The Inward Ear : Poetry in the Language Classroom [Текст] / Maley A., Duff A. — Cambridge : Cambridge University Press, 1989. — 192 с.