МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА (ДИПЛОМНА) РОБОТА

на тему: Світове україномовне радіо як перспективне бізнес-середовище для реалізації медіа-стартапів

Здобувачки вищої освіти II рівня, II курсу, групи ЖМЗ-21-1,
спеціальності (061– Журналістика),
освітня програма ("Економічна журналістика")

_____ Штик-Матвієнко
(підпис) Катерини Василівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник _____ Гиріна Тетяна Сергіївна
(підпис)
д.н.соц.ком., проф.
(ПІП,, науковий ступінь, вчене звання)

Керівник освітньо-професійної програми
_____ Зикун Наталія Іванівна
(підпис)
д.н.соц.ком., проф.
(ПІП,, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту за рішенням кафедри _____
протокол від «08» 02 2023 № 6

Завідувач кафедри _____ Гиріна Тетяна Сергіївна
(підпис)
д.н.соц.ком., проф.
(ПІП,, науковий ступінь, вчене звання)

Ірпінь – 2023

Реєстрація № 4 10.02.2023
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки Допущено до захисту 08.02.23
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 93 (А) 14.02.23
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: (підпис) Куликов А.В.
(ініціали, прізвище)

Члени комісії: (підпис) Зикун Н.І.
(ініціали, прізвище)

(підпис) Гиріна Т.С.
(ініціали, прізвище)

(підпис) Брадов В.В.
(ініціали, прізвище)

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ				14.02.23 Зимун Н.І. Єрмаков А.В. Науменко А.М.
Зміст випускної роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	від 0 до 30	28		
2.Дотримання вимог щодо оформлення	від 0 до 10	9		
3.Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	від 0 до 5	4		
Рецензент	від 0 до 5	5		
РАЗОМ БАЛІВ*	від 0 до 50	46		
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
I.Доповідь	від 0 до 10	10		
2. Роздатковий матеріал	від 0 до 5	5		
3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	від 0 до 25	24		
5. Апробація (участь у конференціях)	від 0 до 10	8		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	47		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	93		

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
93	A	5	14.02.2023	

ПРАВИЛА ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНОК ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЕКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	EX	2 (незадовільно)

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Кафедра мовної підготовки та соціальних комунікацій
Спеціальність 061 – Журналістика
Освітня програма "Економічна журналістика"

Затверджую
Завідувач кафедри
Гиря Гиріна Т.С.
«16» лютого 2023

Завдання на випускну кваліфікаційну (дипломну) роботу

здобувачу вищої освіти

Штик-Матвієнко Катерині Василівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи
Світове україномовне радіо як перспективне бізнес-середовище для реалізації медіа-стартапів
Затверджена наказом ректора від «18» лютого 2022 №226

2. Строк здачі закінченої роботи 10 лютого 2023 року

3. Цільова установка
Мета роботи – вивчення цифрового сегменту світового україномовного радіо як конкурентної платформи для реалізації успішного бізнес-проєкту, зокрема в іномовному середовищі різних країн; осмислення економічної перспективності реалізації медіа-стартапів в галузі сучасного радіомовлення
Об'єкт дослідження – світове україномовне радіо в структурі глобальних соціокомунікаційних трансформацій в цифровому світі
Предмет дослідження – бізнес-середовище світового україньковомного радіо в контексті реалізації медіа-стартапів
База дослідження – діяльність у цифровому світі електронних медіа українських радіостанцій, аудіопотоків, україномовних радіопроєктів у різних країнах світу

4. Вихідні дані до роботи – вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки

5. Перелік графічного матеріалу 10 рисунків

6. Зміст випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО УКРАЇНСЬКОМОВНОГО РАДІО

1.1. Історично-методологічне підґрунтя дослідження

1.2. Радіо як бізнес: на чому заробляють автори радіоконтенту і аудіоподкастів в інтернеті

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНСЬКОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

2.1. Медіакарта глобальних українськомовних радіоініціатив

2.2. Аудіопокастинг як провідна форма медіа-стартапів в сучасному радіомовленні

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ПОСТУПУ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО РАДІО В ЦИФРОВОМУ СВІТІ

3.1. Проєктування векторів розвитку радіомовлення слухачами: досвід емпіричного дослідження в умовах війни

3.2. Прикладні аспекти посилення ролі радіомовлення в житті українців

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної (дипломної)роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вступ	01.03.2022	01.03.2022
2	Розділ 1. Теоретичні засади дослідження світового українськомовного радіо	01.05.2022	01.05.2022
3	Розділ 2. Аналіз бізнес-середовища українського радіомовлення в сучасних умовах	01.07.2022	01.07.2022
4	Розділ 3. Емпіричне осмислення перспектив поступу українськомовного радіо в цифровому світі	01.09.2022	01.09.2022
5	Висновки	01.10.2022	25.09.2022
6	Список використаних джерел	01.11.2022	27.10.2022
7	Додатки	20.12.2022	22.12.2022

8. Дата видачі завдання «18» лютого 2022 року

9. Керівник випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи _____ (підпис) Гиріна Т.С. (прізвище, ініціали)

10. Керівник освітньо-професійної програми _____ (підпис) Зикун Н.І. (прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ (підпис) Штик-Матвієнко К.В. (прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Світове українськомовне радіо як перспективне бізнес-середовище для реалізації медіа-стартапів

(назва випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи

Мета роботи полягає в вивченні цифрового сегменту світового українськомовного радіо як конкурентної платформи для реалізації успішного бізнес-проєкту, зокрема в іномовному середовищі різних країн; осмислення економічної перспективності реалізації медіа-стартапів в галузі сучасного радіомовлення.

Завданнями роботи є – характеристика історико-методологічної складової українськомовного радіомовлення; виявлення перспективних напрямків комерційної ефективності радіоконтенту та аудіоподкастів; відстеження медіакарти світового українськомовного радіопростору; дослідження аудіоподкастингу як провідної форми медіа-стартапів у сучасному радіомовленні; визначенні тенденцій розвитку українськомовного радіо в умовах війни на підставі емпіричного дослідження.

Предметом дослідження є бізнес-середовище світового українськовомного радіо в контексті реалізації медіа-стартапів.

Об’єктом дослідження виступає світове українськомовне радіо в структурі глобальних соціокомунікаційних трансформацій в цифровому світі.

Базою дослідження виступає діяльність у цифровому світі електронних медіа українських радіостанцій, аудіопотоків, українськомовних радіопроєктів у різних країнах світу.

За результатами дослідження сформульовані висновки реалізованої наукової розвідки, проведене емпіричне дослідження та підготовано мультимедійний проєкт.

Одержані результати можуть бути використані під час викладання дисципліни “Радіовиробництво” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 061 – Журналістика.

Дипломна робота містить 45 сторінок, 10 рисунків, список використаних джерел з 56 найменувань, 2 додатки.

Ключові слова: аудіоподкастинг, бізнес-середовище медіа, доступність радіосигналу, емпіричне дослідження, інформаційна війна, медіа-стартап, оперативність радіо, українізація радіопростору, українськомовне радіомовлення, українськомовне радіомовлення, українськомовний музичний контент.

Рік виконання дипломної роботи 2022.

Рік захисту роботи – 2023.

ANNOTATION

World Ukrainian-language radio as a promising business environment for the implementation of media startups

(name of final qualification (diploma) work

The purpose of the work is to study the digital segment of the world Ukrainian-language radio as a competitive platform for the implementation of a successful business project, in particular in the foreign language environment of different countries; understanding the economic prospects of implementing media startups in the field of modern radio broadcasting.

The tasks of the work are – a description of the historical and methodological component of Ukrainian-language radio broadcasting; identification of promising areas of commercial effectiveness of radio content and audio podcasts; tracing the media map of the world Ukrainian-speaking radio space; research of audio podcasting as a leading form of media startups in modern radio broadcasting; determining trends in the development of Ukrainian-language radio in the conditions of war on the basis of empirical research.

The subject of the research is the business environment of the world Ukrainian radio in the context of the implementation of media startups.

The object of research is world Ukrainian-language radio in the structure of global socio-communication transformations in the digital world.

The basis of the research is the activity in the digital world of electronic media of Ukrainian radio stations, audio streams, Ukrainian-language radio projects in different countries of the world.

Based on the results of the research, the conclusions of the implemented scientific intelligence were formulated, an empirical study was conducted, and a multimedia project was prepared.

The obtained results can be used during the teaching of the discipline "Radio Production" for applicants of the first (bachelor's) level of higher education, specialty 061 – Journalism.

The thesis contains 45 pages, 10 figures, 56 a list used sources from names, 2 applications.

Keywords: audio podcasting, media business environment, radio signal availability, empirical research, information war, media startup, radio efficiency, Ukrainianization of the radio space, Ukrainian-language radio broadcasting, Ukrainian-language radio broadcasting, Ukrainian-language musical content.

The year of completion of the thesis is 2022.

The year of job protection is 2023.

ЗМІСТ

ВСТУП 10

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО УКРАЇНСЬКОМОВНОГО РАДІО …… 14

1.1. Історично-методологічне підґрунтя дослідження …… 14

1.2. Радіо як бізнес: на чому заробляють автори радіоконтенту і аудіоподкастів в інтернеті ……. 23

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНСЬКОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ……... 29

2.1. Медіакарта глобальних українськомовних радіоініціатив ……... 29

2.2. Аудіопокастинг як провідна форма медіа-стартапів в сучасному радіомовленні ……... 31

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ПОСТУПУ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО РАДІО В ЦИФРОВОМУ СВІТІ ……... 36

3.1. Проєктування векторів розвитку радіомовлення слухачами: досвід емпіричного дослідження в умовах війни …… 36

3.2. Прикладні аспекти посилення ролі радіомовлення в житті українців … 43

ВИСНОВКИ …… 46

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ……... 49

ДОДАТКИ …… 55

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена усвідомленням та переосмисленням українцями свого місця в міжнародному соціокультурному просторі, що актуалізовано на фоні національно-визвольної боротьби проти російського загарбника, яку надлюдськими зусиллями веде кожен громадянин нашої держави майже рік. Єдність українців між роками та територіями закріплена в практично безкінечних рядках пісенної, поетичної народної творчості, прози, легенд та переказів; в період розповсюдження мультимедійних засобів доступу та обміну інформацією збережена годинами, роками, сторінками аудіовізуальних, друкованих, цифрових та аналогових проєктів, що безальтернативно націлені на поступ та розквіт нашої Батьківщини. З появою радіомовлення боротьба українського народу за незалежність та самовизначення збагатилася ще одним яскравим та дієвим інструментом до популяризації, просвітництва україноцентричних ідей на різних континентах. Нині сучасне цифрове інтернет-радіомовлення, аудіоініціативи різних стилів та жанрів становлять глобальну систему підтримки та єднання розпорошених по світах українців. Сучасні аудіопроєкти є не лише якісними та яскравими зразками культурного надбання нашого народу, але й перспективним бізнес-середовищем для реалізації медіастартапів натхненними, креативними та активними громадянами, які прагнуть до професійного розвитку та самореалізації.

Стан і ступінь розробки проблеми в спеціальній літературі. Бурхлива та продуктивна рефлексія української та зарубіжної наукової спільноти та перші висновки з аналізу функціонування інформаційного середовища після початку повномасштабної війни в Україні з’явилися вже в 2022 календарному році. В фокусі дослідницької уваги висвітлення російсько-української війни 2022 року у ЗМІ, зокрема у викладі В. Жугая [1, с. 847–851]. За результатами проведеного дослідження автор констатує, що “за оперативністю подання матеріалів

домінують радіо, телебачення та соціальні мережі" [1, с. 849], "жанрово найчастіше використовуються блискавки, термінові повідомлення, інформаційні замітки, репортажі" [1, с. 849]. Осмисленню музичного звучання українського радіо під час війни у вимірі рок-музики присвячене дослідження В. Овсяннікова. Зокрема автор характеризує українську та західну рок-музику "у світлі підтримки українського народу під час війни" [3, с. 208–213] та акцентує увагу "на вияві "національного", "інтернаціонального" та "міського" культурних кодів у творчості рок-гуртів під час війни в Україні" [3, с. 208–213]. Маркерами такої підтримки є використання державної та елементів національної музичної мови. Значна частина розвідок зарубіжної наукової спільноти присвячена осмисленню віх та стратегій інформаційних спецоперацій, реалізовуваних агресором в Україні. Серед таких праць "Інформаційна війна в Україні як частина військової стратегії" Я. Мержичка, в якій автор прагматично аналізує інформаційну війну з позицій використання стратегічних інструментів: дезінформації та обману [8, с. 21–37]. Російський вплив через ЗМІ як вагомий фактор гібридної війни проти України дослідила Л. Мильченко [2, с. 8–16]. Війну в нашій державі крізь призму зарубіжних медіа осмилював М. Онищук. Під прицілом його дослідницької уваги перші дні героїчного спротиву українців, коли "значна частина закордонних інформаційних агенцій, преса, радіо й телебачення здебільшого надавали короткі повідомлення про воєнні дії в нашій країні та наводили висловлювання західних політиків щодо російської агресії … майже нейтрально" [4, с. 15–19]. Українському досвіду військового радіомовлення під час війни, у вимірі 2018 року присвячене авторське дослідження [7, с. 64–70]. Утім повноцінної розвідки із осмислення трансформації сприйняття та структури прослуховування, очікування та затребуваності сучасного українського радіо серед аудиторії всередині країни та поза її межами після початку повномасштабної війни від 24 лютого 2022 року проведено не було.

Метою дипломної роботи є вивчення цифрового сегменту світового українськомовного радіо як конкурентної платформи для реалізації успішного

бізнес-проєкту, зокрема в іномовному середовищі різних країн; осмислення економічної перспективності реалізації медіа-стартапів в галузі сучасного радіомовлення.

Для досягнення зазначеної мети поставлено такі *завдання*:

– схарактеризувати історико-методологічну складову українськомовного радіомовлення;

– виявити перспективні напрямки комерційної ефективності радіоконтенту та аудіоподкастів;

– простежити медіакарту світового українськомовного радіопростору;

– дослідити аудіоподкастинг як провідну форму медіа-стартапів у сучасному радіомовленні;

– визначити тенденції розвитку українськомовного радіо в умовах війни на підставі емпіричного дослідження.

Об'єкт дослідження – світове українськомовне радіо в структурі глобальних соціокомунікаційних трансформацій в цифровому світі.

Предмет дослідження – бізнес-середовище світового українськовомного радіо в контексті реалізації медіа-стартапів.

База досліджень – діяльність у цифровому світі електронних медіа українських радіостанцій, аудіопотоків, українськомовних радіопроєктів у різних країнах світу.

Методологічний апарат дослідження ґрунтується на використанні центрального методу нерепрезентативного опитування у формі анкетування з використанням електронного сервісу "Google Forms" (83 респонденти). Методи аналізу, індукції та узагальнення використано для осмислення кількісних результатів дослідження; бібліографічно-описовий метод, вторинний аналіз підсумків конкретноноукових та соціологічних досліджень, проведених українськими та зарубіжними науковцями імплементовано для поглиблення дослідження цінною вторинною науковою інформацією.

Науков-практична значимість одержаних результатів. полягає у доповненні наукового дискурсу результатами емпіричного дослідження,

переосмислення потенціалу радіомовлення як найдоступнішого та оперативнішого медіа в умовах війни.

Особистий внесок здобувача полягає у підготовці трьох розділів дослідження, проведенні опитування українських радіомлухачів, авторського мультимедійного проєкту та наукової статті.

Апробація результатів роботи: основні результати дослідження викладені в науковій статті поданій до публікації в науково-виробничому журналі категорії Б (Гиріна Т.С., Штик-Матвієнко К.В. “Золоте століття радіо” 2.0. або як приймачі повертаються в оселі українців. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації, 2023 р., № 1 (53); Додаток А), а також розробленому тренінгу для старшокласників та студентів “Facebook-планета – як стати успішним використовуючи професійні інструменти” (Додаток Б).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО УКРАЇНСЬКОМОВНОГО РАДІО

1.1. Історично-методологічне підґрунтя дослідження

Українськомовне радіо, за всю свою історію постійно боролося за праву бити на теренах не тільки нашої країни а й світу вцілому. Тяжким був шлях до повної свободи слова. Тільки після незалежності України, радіомовлення вийшло на новий рівень. З 1997 р. популярним стало діаспорне радіомовлення, де особливу увагу приділяли внутрішнім проблемам. Дещо послаблювалася тенденція в буремні роки революційних подій на Батьківщині у 2004-2005 рр. та 2013–2014 рр., утім надалі вона залишалася незмінною[4, с. 125-130].

На основі аналізу фактичної інформації періодизацію розвитку українськомовного радіо у світовому медіасередовищі поділяємо на такі етапи:

І етап 1922–1929 рр. – зародження перших неперіодичних радіоініціатив у формі музичних радіоаудицій в ефірі місцевих не потужних радіостанцій. Відсутність методики підготовки, досвіду зі створення на противагу сакралізації «живого» слова для українців у ці роки стало випробуванням на міцність та впертість, яке було успішно пройдене, про що свідчать його успіхи в наступні роки;

ІІ етап 1930–1938 – роки появи перших періодичних програм. «Золотий вік» радіо в українськомовному секторі характеризувався розквітом жанрових форм, які відображалися зазвичай в музичних, релігійних радіопрограмах, радіовиступах та рекламних зверненнях (у США)[1, с. 3];

ІІІ етап 1939–1945 рр. – роки Другої світової війни позначені сповільненням розвитку українськомовного радіо, як і сектору загалом. Тематичні акценти глобального інформаційного простору зміщені в бік мілітаризації суспільства, практично перестали виникати нові програми,

натомість радіо стало основним джерелом отримання оперативної інформації про події на фронті;

IV етап 1946–1954 рр. – на фоні подальшої популяризації телебачення нові українськомовні радіопрограми з'являлися рідше, утім більшість раніше створених продовжували транслюватися в ефірі. Відчутно збільшився відсоток розмовних програм, концерти українською музики транслювали рідше, натомість Служби Божі збереглися в ефірі, особливо в періоди Різдвяних та Великодніх свят. Радіо залишалося важливим інструментом звернення до українців в СРСР, оскільки переслати повідомлення на коротких хвилях легше ніж телевізійний сигнал. Про подальшу інституціоналізацію радіопростору свідчить організація «Першої радіоконференції у Нью-Йорку» [7, с. 3], а про демократичність та відкритість -- проведення конкурсу «на написання статей для радіопередачі» [1, с. 3] з призовим фондом $500;

V етап 1955–1990 рр. характеризувався стагнацією в українськомовному радіопросторі зарубіжних країн. Нових програм практично не створювали, проте радіо залишалося джерелом для обміну інформацією на міжнародному рівні (особливо цінними були двосторонні радіопередавання через «залізну завісу»). У ці роки користувалися популярністю радіоефіри для груп спеціального зацікавлення: гумористичні (Австралія, 1987 р.), для дітей («Мистецька радіопрограма», США 1956 р.) та жінок («Пісня України», Канада 1959 р.), мистецькі («Карпатська Культурна Година», США 1957 р.), політичні (Аргентина 1959 р., «Пісня України», Канада 1959 р.), рекламні (США, Парагвай 1963 р.), релігійні («Голос правди» США, 1959 р.), спортивні («Українська Спортова Програма», США 1955 р.), студентські (Аргентина 1961 р., США 1963 р., 1965 р., «Студентський Голос» США, 1972 р.), зачитувалися та транслювалися аудіокниги, радіорецензії (Австралія, 1986 р.), готували спецпроекти (США 1957 р.) транслювали мітинги, телефонопередачі / телевізійно-радієві програми («Діялог з модерною Людиною» США, 1968 р.). Для журналістського середовища щорічно проводили «Раут Української Преси і Радіо» та конкурс краси «Міс Українська преса і радіо» (Канада, США) тощо;

VI етап 1991–1996 рр. – проголошення незалежності України в радіопросторі української діаспори стало потужним імпульсом надії на інтеграцією з материковим медіасередовищем. Центр розвитку українського радіомовлення у ці роки перенесено в Україну. На початку 1990-х рр. новітньою формою взаємодії стали радіомости[34, с. 150]. Так, в 1991 р. під час радіомосту «Київ-Вашингтон» обговорили тему Чорнобильської катастрофи. З роками українці з інших країн дедалі частіше помічали протилежні їхнім україноцентричним поглядам в материковому радіопросторі тяжіння до проросійських настроїв. Це, а також квола державна політика у напрямі єднання світового українства, періодичні проблеми з поширенням радіопередавань з України на окремі райони Північної Америки [8, с. 13] не в останню чергу мало наслідком відособлення зарубіжного українськомовного радіо з подальшою переорієнтацією його слухачів на внутрішній контекст;

VII етап 1997–2017 рр. У 1997 р. в Канаді створили першу в діаспорі повноцінну українськомовну радіостанцію «UBN (Ukrainian Broadcasting Network)». З поширенням інтернет-технологій кількість таких проектів значно збільшилася, вони стали доступнішими в усьому світі. Радіопрограми в ефірному радіомовленні представлені, проте відчутно, що їхня аудиторія -- люди старшого віку. В українському материковому інформаційному просторі практично немає інформації про закордонні радіопроекти, немає підтримки таких ініціатив і з боку держави. Без жодних перешкод, проте й без стимулів до розвитку українськомовне радіо на різних кінцях світу продовжує залишатися непоміченим Батьківщиною.

З іншого боку, трансформаційний поступ українськомовного радіо у різних країнах є свідком історичних трансформацій цього соціального інституту на місцях. Включеність у процес, розвиток в умовах та за законами кожної країни робить його невід'ємною складовою культурного надбання цих держав, а отже, належить не тільки українцям [33].

Українці як глобальний народ на різних континентах не лише поколіннями зберігають національну ідентичність, а й створюють громадські осередки, які

виконують інтегруючу та функцію комунікації як всередині групи, так і поза її межами. Високоструктуровані, активні, соціально відповідальні громади українців заслуговують на повагу населення на місцях, на Батьківщині ж вони часто забуті, штучно автономізовані та не почуті. Українськомовне радіо досі жодного разу не сприймали науковці як завершену систему, адже без свого закордонного сегменту таким воно бути не може. Отже, вирішення системної проблеми осмислення потенціалу українськомовного радіо як конкурентного партнера в міжнародному мультинаціональному медіапросторі в умовах трансформації та конвергенції потребує осмислення його історичних трансформацій.

«Алло, алло, алло! Говорить Харків, говорить Харків, говорить Харків!», – з цієї фрази розпочалася історія радіомовлення в нашій країні. 16 листопада 1924 о 19:00 в Харкові – тодішній столиці УРСР – через малопотужний передавач вийшла в ефір перша вітчизняна радіопередача [28]. На честь початку мовлення Українського радіо, в 1994 році указом президента проголошено 16 листопада Днем працівників радіо, телебачення та зв'язку [41].

Після того, як столицею України став Київ, українськомовне радіо стало функціонувати вже в ньому, покинувши Харків.

Складним був період в роки Другої світової війни, але українське радіо не припиняло свою роботу навіть в такі не легкі часи. Спершу повернулося до Харкова, потім – до Сталінграда, згодом до Саратова, звідки велися регулярні передачі українською мовою. Станом на 1945 рік обсяг українського республіканського мовлення становив 10 годин на добу [2].

У 1965 році було створено інформаційно-музичну радіостанцію «Промінь», що станом на 1984 рік мовила цілодобово у проводовій мережі (понад 8 мільйонів проводових радіоточок у більш ніж 200 містах України), а також 9 годин стереофонічно на радіохвилях. У 1984 році середньодобовий обсяг українського республіканського і обласного радіомовлення на всіх радіоканалах складав 89,2 години. З них 38,6 год. – загальнореспубліканське внутрішнє мовлення, а 7,5 год. – мовлення на закордон.

У історичний час відновлення суверенітету та незалежності України Українське радіо стає головним джерелом інформації про політичне життя та демократичні перетворення в державі, започаткувавши прямі трансляції засідань Верховної Ради від 15-го травня 1990 року, коли відбулося перше засідання Верховної Ради УРСР XII скликання, обраної на демократичних виборах, яка пізніше стала першим скликанням парламенту незалежної України [13, с. 312].

Цікавим є факт, що Українське радіо почало транслювати «Ще не вмерла України і слава, і воля…» майже за півроку до того, як Верховна Рада офіційно затвердила цю мелодію державним гімном України.

Найважливішою, на мою думку, подією в житті українськомовного радіо було те, що саме 1 січня 1992 року, наше радіо повністю припинило ретрансляцію передач із Москви [28].

Мені здається що кожен українець, хоча б один раз в житті, якщо і не писав, то точно чув про національний диктант єдності. Дякуючи українському радіо, у 2000 році було створено масштабну акцію Всеукраїнський радіодиктант національної єдності, яка щороку об'єднує українців по всьому світу навколо української мови. Цю акцію називають наймасовішим флешмобом осені.

Окрему увагу у моїй роботі, хочеться приділити сумлінним працівникам радіо, які зробили неоціненний вклад в розвиток українського радіомовлення Неоціненний вклад в розвиток українського радіомовлення, це: Петро Бойко, Андрій Євенко, Ігор Мурашко, Микола Погрібний, Олена Коваленко, Іван Рябоштан, Ольга Копотун, Світлана Горлова, Тамара Стратієнко. Дякуючи цим майстрам слова, відбувалася популяризація української мови.

В нелегкий період для нашої країни, важливою складовою майбутньої перемоги є інформаційний простір. Світове українськомовне радіо актуалізує потребу населення в отриманні достовірної та своєчасної інформації не тільки в нашій країні а й за її межами.

З початком розвитку цифрових технологій, радіо як засіб інформування

відійшов на другий план, поступившись більш динамічним та сучасним мультимедійним платформам. Можливо така тенденція зберігалася б і надалі, утім війна, яка розділила життя на “до” та “після”, змістила акценти і в інформаційному просторі. З перших її місяців, тим більше в умовах обмеженого електропостачання традиційне радіомовлення розширює свою присутність в житті українців в середині країни, слухачі відзначають, що прослуховують аудіоконтент частіше, ніж в попередньому році. Тож радіо в полум’ї війни підтверджує свій статус найдоступнішого та найближчого медіа, яке тримає зв’язок зі своєю аудиторією, підтримує та інформує її практично за будь-яких умов [30].

Окремий вимір інформаційної боротьби в умовах гострих ворожих інформаційно-психологічних спецоперацій на окупованих територіях посилений інформаційним вакуумом актуалізує радіомовлення ще й як цінний канал доступу до альтернативної ворожій пропаганді інформації, а для світової спільноти українців розкиданої “по світах” радіо посилює свій інтеграційний потенціал. Аналіз останніх досліджень та публікацій. Бурхлива та продуктивна рефлексія української та зарубіжної наукової спільноти та перші висновки з аналізу функціонування інформаційного середовища після початку повномасштабної війни в Україні з’явилися вже в 2022 календарному році [44].

В фокусі дослідницької уваги висвітлення російсько-української війни 2022 року у ЗМІ, зокрема у викладі В. Жугая. За результатами проведеного дослідження автор констатує, що “за оперативністю подання матеріалів домінують радіо, телебачення та соціальні мережі”, “жанрово найчастіше використовуються блискавки, термінові повідомлення, інформаційні замітки, репортажі”. Осмисленню музичного звучання українського радіо під час війни у вимірі рок-музики присвячене дослідження В. Овсяннікова. Зокрема автор характеризує українську та західну рок-музику “у світлі підтримки українського народу під час війни” та акцентує увагу “на вияві “національного”, “інтернаціонального” та “міського” культурних кодів у творчості рок-гуртів під час війни в Україні”. Маркерами такої підтримки є

використання державної та елементів національної музичної мови.

Значна частина розвідок зарубіжної наукової спільноти присвячена осмисленню віх та стратегій інформаційних спецоперацій, реалізовуваних агресором в Україні. Серед таких праць “Інформаційна війна в Україні як частина військової стратегії” Я. Мержичк, в якій автор прагматично аналізує інформаційну війну з позицій використання стратегічних інструментів: дезінформації та обману. вплив через ЗМІ як вагомий фактор гібридної війни проти України дослідила Л. Мильченко [22, с.88-90]. Війну в нашій державі крізь призму зарубіжних медіа осмилював М. Онищук [25, с.22-29]. Під прицілом його дослідницької уваги перші дні героїчного спротиву українців, коли “значна частина закордонних інформаційних агенцій, преса, радіо й телебачення здебільшого надавали короткі повідомлення про воєнні дії в нашій країні та наводили висловлювання західних політиків щодо російської агресії … майже нейтрально”. Українському досвіду військового радіомовлення під час війни, у вимірі 2018 року присвячене авторське дослідження. Утім повноцінної розвідки із осмислення трансформації сприйняття та структури прослуховування, очікування та затребуваності сучасного українського радіо серед аудиторії всередині країни та поза її межами після початку повномасштабної війни від 24 лютого 2022 року проведено не було.

Ґрунтуючись на результатах проведеного опитування, ставимо перед собою амбітне завдання осмислення перспектив поступу радіомовлення сучасних умовах турбулентності в інформаційному просторі України. З цією метою необхідно окреслити потенціал та актуальність радіо у сучасному медіа-просторі, з’ясувати, які очікування від радіопродукту є у користувачів, визначити вектори його поступу в умовах поствоєнного інформаційного простору.

Традиційна ідентифікація радіо як найдоступнішого каналу медіа а умовах широкого поширення цифрових технологій розмило його традиційні переваги в оперативності, повсюдності та відкритості. І, можливо, така тенденція зберігалася б і в наступні роки, та сприйняття радіо, як в цілому свого життя

українцями, змінила війна. Від перших днів військового вторгнення, коли містяни чи жителі далеких сіл позбавлялися доступу до газет, ефірного телебачення чи залишалися поза зоною покриття сигналом інтернету, саме радіо зберігало функції шпаринки в зовнішній світ. Не дарма так нещадно окупати нищили і глушили інфраструктуру покликану передавати об'єктивну інформацію у теле-, радіоформаті населенню [37]. Оперативні блискавки, миттєві сповіщення про повітряні загрози, цінні інформаційні рядки українці мали зможу слухати в радіоефірі. Коли ж в країні почалися перебої з електропостачанням до причин прослуховування радіо додалася його автономність та доступність навіть за умов довготривалого інформаційного вакууму без інтернету чи покриття зони сигналу мобільним оператором. Традиційні приймачі та мобільні телефони знову стали девайсами, які забезпечують доступ до зовнішнього світу, що особливо актуально для віддалених місцевостей, людей, які з різних причин не мають доступу до цифрового контенту продукованого тематичними каналами Viber чи Telegram спільнот.

До об'єктивних причин інформування додалися і паралельні тенденції з прискорення українізації, відмови від музики російських виконавців та російськомовних треків. Вірусне поширення української культури закордон стимулює розвиток української музики, а композиції наших виконавців транслюються на радіо не за квотним принципом, як в перші роки їхнього впровадження, а за мірою популярності, затребуваності та переорієнтації слухачів на український медіазміст. Світ відкрив очі на українську культуру, відкрився для нашої пісні, а співгромадяни, які мільйонами понесли в світи інформацію про жахіття війни на Батьківщині долучили до нашої культури жителів країн, які дружно прийняли в себе вимушених переселенців. Виявилося, що українці багаті культурою, традиціями, а ще працьовиті та самовіддані в любові до всього свого, автентичного, рідного [48].

Воєнні події в нашій країні, знову заполонили серця українців по усьому світу. Вони нагадали їм хто вони, та де їхня батьківщина. Вони відчули зв'язок

поколінь. Постійно знаходяться у вирі інформаційних подій, читають новини, дізнаються про ситуацію в Україні та хвилюються за долю своїх співвідчизників.

Під час авторського інтерв'ю із Наталкою Попович, редакторка та ведуча української радіопрограми "Пісня України" [56], найстаршої у радіопросторі Канади, яка безперервно виходить в ефір Торонто та околиць спершу з радіостанції "CKFH 1400" (о 19.00–19.30), потім "CHWO" (о 16.30–18.00), а нині "CJMR 1320" (о 19.20–19.50) від 1959 р., слухачами якої є покоління старших українців, для яких інтернет технології часто залишаються недоступними зазначала, що її радіопрограма з початком війни як і півстоліття тому стала потужним інформаційним майданчиком, на якому не лише щодня повідомляють про новини з України, але й акумулюють ресурс для благочинності, адже добрі справи канадійської громади, зокрема в Торонто, знана серед світового українства. Інформаційні блоки в "Пісні України" частково замістили традиційну історичну рубрику, місцеві новини із життя громади тощо [45]. Навіть більше, радіостанція, в ефір якої зараз виходить радіопрограма, протягом двох місяців безоплатно надала півгодинний ефір для додаткових випусків саме українцям. Подібна ситуація є типовою для українського контенту у різних країнах. Популярність українського радіомовлення нині, викликає шалену увагу у всьому світі. Навіть попри всі проблеми та негаразди, відсутність електроенергії, часті повітряні тривоги та загрози ракетного удару, всі ми слухаємо радіо, щоб бути в курсі голованих новин.

Тож захотіли розібратися які потреби та очікування від радіоконтенту в українських радіослухачів. Для цього у період 1–14 грудня 2022 р., на момент, коли українці вже понад місяць відчували гострі перебої з постачання електроенергії, через соціальні мережі запропонували респондентам відповісти на кілька запитань означеної тематики. Результати отримані за допомогою сервісу "Google Forms" є нерепрезентативними з соціологічної точки зору оскільки в ній не дотримано квоти вибірки, але є знаковими та тенденційними

для усвідомлення векторів поступу медіаканалу.

Опитані 83 респонденти – це молодь, яка проживала в різних регіонах України та на момент заповнення анкети перебувала на її території, що особливо важливо для розуміння запитів та інформаційних пріоритетів в умовах базового рівня комфорту, які вони могли собі забезпечити.

1.2. Радіо як бізнес: на чому заробляють автори радіоконтенту і аудіоподкастів в інтернеті

Досить цікавим є феномен популярності радіо у ХХ стоілітті. Звісно з появою телеіндустрії, радіо відійшло на другий план і телебачення захопило свідомості людей. Джу імпонує те, що нині радіо має таку ж затребуваність як Інтернет чи телебачення.

Упевнено можна говорити, що радіомовлення – це чудовий спосіб керувати свідомістю слухачів, тому, пропаганда на радіо значно вплинула на хід історії багатьох країн. Звісно на радіопередачах ви можете слухати не тільки музичні хіти чи новини, це і спортивні, наукові чи розважальні прогрмами [30].

Що ж таке радіостанція? Це такбимовити мікс спеціалізованої апаратури для інформації та різноманітна техніка. Це не єдине тлумачення слова радіостанція, але зазвичай ми всі знаємо цей приклад, нам він більш імпонує в простоті вивловлення.

Звісно, що це не є науковим тлумаченням, щоб підійшло для ділоового та наукового визначення, бо такі формуються за допомогою спеціальних термінів, для тих чи інших груп населення [51].

Якщо бути відвертими, то радіостанція - це взагалі роботочса сіфера, так би мовити бізнес-індустрія, що як "юридична особа, зареєстрована у встановленому чинним законодавством порядку" і може виготовляти й розповсюджувати аудіопродукт. Хочеться зазначити, що на відміну від

радіоредакції, радіостудії, радіоагентства, які теж (за Законом України "Про телебачення і радіомовлення) можна назвати організаціями, термін "радіостанція" точніше відображає специфіку незалежної та самостійної підприємницької діяльності в радіоефірі, що дозволяє говорити про самодостатній суб'єкт електронних мас-медіа. Важливим є те, що студії та редакції, можуть бути частинами, відділами чи офісами радіостанції.

Якщо розбирати питання радіостанції в термінологічному значенні, то воно можна сказати є словом синонімом до терміну "компанія", що означає виробничо-торговельну одиницю, засновану на пайовій участі окремих підприємців, об'єднаних спільними інтересами. І якщо говорити про про радіостанцію як спільну діяльність осіб, об'єднаних радіобізнесом, з економічної та професійної точок зору бажано схилятися до єдиності та схожості між поняттями "радіостанція" і "радіокомпанія" [33]. Але потрібно пам’ятати, що вони все таки є різними.

За приклад візьмемо мережу загальнонаціональної радіокомпанії Бі-Бі-Сі (Велика Британія) вона складається з кількох десятків місцевих радіостанцій. Або термін "радіостанція" вживається на ознаку ефірної презентації радіоредакції, радіостудії чи радіокомпанії (наприклад, програми молодіжної редакції Національної радіокомпанії України були представлені в ефірі як продукт радіостанції "Європа Центр").

Тож, впевнено можна стверджувати, що радіостанція це діловие підприємство, в якому невпинно та старанно працюють професіонали своєї справи з різноплановими задачами [21, с. 628].

Розглянемо радіостанцію з точки бізнес сфери. Це певна структура, яка має на меті отримати прибуток в сфері радіомовлення, І це, по-справжньому, сучасний підхід до розуміння специфіки радіостанції як суб'єкту бізнесу, оскільки вона знаходяться на ринку, точніше, радіо- або медіаринку.

З упевненістю можна сказати, що саме медіаринок є дуже економічним, де засоби масової інформації присутні як об'єкти купівлі-продажу. І радіостанції, зокрема комерційні та некомерційні, теж розвиваються за законами того ринку,

на якому вони працюють.

Не тільки сферою бізнесу єдині. Наприклад у Франції, Німеччині чи Великій Британії дуже важливе верховенство права та закону, тому вся роботуа ЗМІ контролюється [25, с. 22-29].

Нажаль негативним прикладом роботі радіостанції в цих країнах є наша Україна в 90-х роках, минулого століття. Всім відоме тойдішнє баззаконня в законодавстві та веденні бізнесу. Звідси виходить, що ринкові відносини є дуже важливими в цій сфері, є продукт – радіопродукт та є споживач – це звісно ж слухачі радіо.

Наступним, на що б хотілося звернути увагу, це різновиди всієї специфіки взаємодії радіосфери – як бізнесу, та радіожурналістики. [15, с. 12].

В будьякому бізнесі є свій порядок та свої закони.

Цій бізнес-сфері, продокує творчість. Звідси виходить, що завдяки гарному творчому продукту і взаємодії його в різних сферах на радіостанції, буде хороший результат та отримано капітал від споживача, тобно слухача [9, с.323].

Важливим є її соціальне питання. Радіо – це чудовий інструмент впливу на свідомість людей, та їх думки. В нашій країні і не тільки, не важливо, чи це приватна чи державна радіостанція, вона є частиною громадянської журналістики. Основною задачею яко є служити народу.

Цікавою є тема функціонування радіостанції, як сфери бізнесу у 20-30-х роках, в Сполучених Штатах Америки. Саме в цей період, там формувалася національна політика, феноменом є те, що керівництво країни не залучали до керування новими мас-медіа (радіомовленням, радіостанціями) державні організації чи громадській корпорації із державним фінансуванням [20, с. 13]. Але як їм вдавалося контролювати їх роботу? Все дякуючи змішаній системі. В приватній власності знаходилося все обладнання радіостанцій, а те що звучало в ефірі проходило ліцензію та контролювалося державою. Це чцдовий варіант соціального захисту та державного контролю. Соціальний захист стосувався можливостей розвитку радіобізнесу як гаранта демонополізації ефіру, громадський контроль дозволяв визначати межі вільного розвитку

радіожурналістики як форми бізнесу.

Якщо говорити про Україну, то існує ряд законодавчих документів, які надають соціальний захист розвитку недержавного радіомовлення, а також передбачають відповідальність недержавних радіостанцій перед суспільством. Це є чудово тому, що не заложно це приватна чи державна радіостанція, її працівники мають гарно готувати матеріал та перевіряти інформацію, яку подають людям. Також, вони повинні аналізувати роботу інших радіостанції, такби мовити своїх конкурентів, чи не говорять вони неправди [3, с. 4].

Ми дійшли висновків, що як для комерційної, як і для некомерційної журналістики, важливо подавати правильну та перевірену інформацію, яка буде дійсно відкритою. Це дозволить суспільству не боятися комунікувати з пресою та журналістами, знаходити спільні точки дотику та дізнаватися про інтереси потенційних слухачів і залучати ще більше аудиторії до ефіру [13, с.312].

Тож найважливішим між радіожурналістикою та радіобізнесом є певний дисонанс, рівновага між їхньою працею. Зазначимо, що приватна радіостанція, яка хоче отримати більше коштів, не повинна знаплюжувати інформацію, у неї не повинно бути на меті тільки фінансова сторона. Не повинно бути провокаційної неправдивої інформації в ефірах, поливання брудом колег на інших радіохвилях. Також, повинні враховуватися інтереси та іформаційні потреби слухачів ефіру. А радіостанція, в сфері бізнесу, як підприємство повинна пам’ятати свою основну місію [9, с. 323].

Поговоримо тепер про радіо – як чудове бізнес середовище. Ви коли-небудь відчували, як брати свій голос до Інтернету, буквально? Подкасти – це чудовий спосіб взаємодіяти з людьми та доповнювати блог [19].

Варто зазначити, що як і будь-який інший бізнес, який прагне працювати, має на меті фінансові інтереси. Незважаючи на масове зростання, яке зазнали ЗМІ протягом багатьох років, радіостанції все ще приваблюють велику кількість аудиторії. Існує кілька способів отримання радіостанціями певного доходу, і це:

– продаж новинних новин ;

- рекламні заходи;
- зарядка абонентів;
- реклама;
- рекламний вміст [18].

Що стосується продажу новин. Як це і з чим його їдять? Більшість радіостанцій, які мають останні останні новини, приймають рішення продавати їх іншим радіостанціям по всій країні. Таким чином, станції, які закуповують репортажі, не повинні залежати від того, щоб кореспонденти своєчасно повідомляли новини.

Дуже дієвим способом заробітку на радіо, звісно є рекламні заходи. Рекламний контент всюди, ми бачимо його на телебаченні в інтернеті і звісно слухаючи улюблену радіохвилю, в перервах між ефірами ми чуємо рекламу. Проводячи подію, радіостанції можуть заробляти розумні гроші.

Цікаво, що ці спонсоровані заходи роблять набагато більше, ніж приваблюють нових слухачів. Вони збільшують дохід радіостанції за рахунок реклами та продажу квитків [50].

Що таке заряджання абонентів та як на цьому заробляють? Це ще один спосіб отримання додаткового доходу від радіостанцій. За кожну програму виклику або введення тексту, що розміщується на радіостанції, з абонентів стягується маркер, і таким чином вони отримують прибуток від цього [30].

Важливо повідомити аудиторії, що плата за дзвінки застосовується. Рекламний вміст – це спосіб змусити фірмові назви платити радіостанціям, щоб ведучі рекламували свої послуги в ефірі. Це відкритий майданчик, де організації та компанії рекламують те, що вони роблять, у більш презентабельній формі. Крім того, ці радіостанції можуть публікувати фірмові статті на своїх веб-сайтах, щоб отримати масове залучення. Справді, це чудовий спосіб створити та просувати бренд, тому що, оскільки назва бренду збігається на певній радіостанції, назва міцно залишається в свідомості слухача.

Гарно продумана реклама – запорука успіху. Цей метод маркетингу

передбачає оплату слотів для просування справи, товару чи послуги. Тому це одне з основних джерел доходу радіостанції. На різну ціну, за яку продаються слоти, впливають кілька факторів: час, шоу та тривалість[51].

Крім того, якщо реклама виходить в ефір відразу після того, як шоу переходить до рекламного ролика і безпосередньо перед його поверненням, воно привертає більшу ціну.

У випадках, коли рекламу читають ефірні особи з великими сподіваннями, що вони отримають більше аудиторії, це набагато дорожче, ніж звичайна реклама.

Також варто приділити особливу увагу контексній рекламі, яка є одним з основних видів заробітку радіостанцій в інтернеті.

Контекстна реклама – це один з найбільш популярних і ефективних видів реклами в Інтернеті. Її суть підібрана в залежності від інтересів кожного конкретного користувача: які запити він вводив, які сайти відвідував, якій тематиці більше приділяв уваги. Саме через це вона і називається контекстною[18].

Отже, з упевненістю можна сказати, що радіомовлення- це не застарілий, відживший себе формат ЗМІ, це гарно налаштований, функціонуючий механізм, який крокує в ногу з часом та новітніми технологіями.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНСЬКОГО РАДІОМОВЛЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

2.1. Медіакарта глобальних українськомовних радіоініціатив

Комплексна проблема сприйняття історії українськомовного радіо як надбання виключно внутрішнього медіапростору України, а також діяльності окремих редакцій зарубіжних радіостанцій, якою вона досі розглядалася, зокрема і в наукових роботах, не сприяє системному усвідомленню значення живого промовленого слова зверненого до українців цілого світу. Послуговуючись надбаннями теоретиків радіосправи у розрізі його історії ми розширимо проблемну сферу відображення українців засобами радіо до рівня глобального інформаційного простору, виклавши його через призму трансформаційних процесів у галузі в історичній хронології [39].

Тільки в незалежній Україні починають з'являтися наукові роботи з яких дізнаємося про потужний рух опору, який демонстрували протягом свого існування підпільні українські радіостанції.

Українська мова звучить в ефірі різних країн світу, бо вихідці з України намагаються створити для себе комфортне середовище там, де вони проживають [43].

Хочеться відзначити, що саме в Аргентині, кожен бажаючий зможе прослухати українські радіопрограми на українських радіохвилях.

На радіохвилі “FM 103.7 Sendero – Cnel. Du Graty” можна почути програму “Голос і Музика України – Козацька Земля!”, “Radio Antártida” – програма “Голос України”, “FM88.7 – Wilde” – “Живи Україна!”, на радіохвилі “FM Unión 98.1 – San Isidro” – “Люди України”, “FM 91.1 Concepción de la Sierra” – “Слово та Музика України”, “FM Difusión 98.1” – “Україна танцює і співає”, “FM 89.7 Éxito – Apóstoles” – “Час України”.

Звісно, що це далеко не увесь список українськомовних станцій в Аргентині, дякуючи державній підтримці українськомовних радіопрограм.

Відомо, що Українська діаспора в Канаді є однією з найпоширеніших, а сама Канада третя країна в світі за чисельністю українців [45]. На радіостанції “CJSF Radio” звучать такі програми як “Радіо Разом”, “Селекція”,

“Стереовечір”. На радіохвилі “CJSF Radio” звучить “Chetverta Khvilya” (“Четверта хвиля”), “Nash Holos Radio Roots Radio” Наш голос – радіо українського коріння програма “Knyzhka Corner Book Review” (“Книжковий куток рецензій на книги”).

У Канаді українські радіопрограми звучать на різних радіостанціях – від комерційних до громадських і студентських. "Багато канадських українських програм мають своїх відданих слухачів вже впродовж кількох десятиріч, інші з’явились тільки нещодавно. Вони виробляються і презентуються добровольцями та не одержують державного фінансування.

Рушійною силою для продюсерів та ведучих є любов до України та до української мови.", – зазначила українська кореспондентка в Монреалі Олена Вітвицька [30]. Також, вона зазначила, що на жаль, більшість комерційних радіостанцій не бачать в українських програмах Канади привабливості для рекламодавців. Тому упродовж досить тривалого часу українське радіо в країні мало обмежене поширення через малопотужні передавачі зі слабким сигналом.

Що ж стосується українськомовного радіо в сусідній країні Польщі, то дуже тішить то факт, що в минулому 2022 році, Польський радіомовник RMF Group створив спеціальний проєкт «RMF Україна», в ефірі якого звучить найважливіша інформація для українців у Польщі [40].

«У випусках новин радіостанції «RMF Україна» цілодобово надається інформація про правові й законодавчі спрощення, впроваджені польською владою, благодійні організації, що надають допомогу, можливості пошуку житла в цій країні, проїзд громадським транспортом та автомобілями, роботу банківської системи, медичну допомогу біженцям від державної служби охорони здоров’я, а також способи пошуку роботи», - ідеться в повідомленні.

На радіохвилі “Radio Wnet” кожен бажаючий може послухати такі програми як “Czas na herbatę z imigrantami” (“Час для чаю з імігрантами”) та “Swój czy obcy?” (“Свій або чужий”). “Radio Kraków” - “Kermesz” (“Кермеш”) свято у лемківські традиції, “Radio Szczecin” представлені програми “Magazyn ukraiński” (“Український журнал”) та “Posydeńki” (“Поси¬деньки”).

Дякуючи всесвітній мережі Інтернет, слухачі мають змогу почути будь-яку програму, що виходить у будь-якій точці світу, а не лише на середніх та ультракоротких хвилях. Можна слухати українські програми наживо, можна завантажити їх у смартфони, а можна слухати подкасти з будь-якого пристрою, що має вихід в Інтернет [29, с.303].

Зараз у Канаді великою популярністю користуються радіопрограми, що транслюють українську сучасну та фольклорну музику, передачі про історію України та її сьогодення. Про великий попит на українське радіо в Канаді говорить один лише перелік міст, де існують українські радоіпрограми, – це Монреаль та Оттава, Торонто та Віндзор, Вінніпег та Риджайна, Кенмор та Едмонтон, Нанаймо та Ванкувер".

Тож, упевнено можна сказати, що завдяки українським діаспорам закордоном, наша мова живе. Саме зараз, це є дуже потрібним для нашої країни, в складний час війни.

2.2. Аудіопокастинг як провідна форма медіа-стартапів в сучасному радіомовленні

Сучасне життя важко уявити без подкасту. Мало не на кожному веб-ресурсі українських ЗМІ тепер можна зустріти сторінки з аудіофайлами та пропозицією підписатися на подкаст.

В України подкасти прийшли з заходу, де вони користуються величезною популярністю [55].

На початку XXI століття, в Інтернеті з’явився новий формат медіа – "незалежний аудіоконтент в Інтернеті". Так розпочалася ера подкастингу. Авторами подкастів стали тисячі завзятих творців з усього світу, які завантажили в мережу понад 30 мільйонів епізодів своїх аудіопрограм.

"Українська правда" також регулярно випускає подкасти. У них ми піднімаємо різноманітні питання: від політичних рішень, що формують наше суспільство до шкідливих звичок, що нищать наш імунітет.

Настав час остаточно з’ясувати, що таке подкасти, чому вони стали популярними, навіщо їх слухати та як робити це максимально ефективно.

Що таке подкасти? Якщо коротко, то подкасти – це аудіозаписи, які поширюються в Інтернеті [26]..

Зазвичай ведучі та гості просто обговорюють у подкастах заздалегідь визначені теми та питання. Але є й дещо складніші формати – у них переважно розповідаються історії.

З технічної точки зору подкастинг не несе в собі жодної революційності. Він дійсно багато в чому дублює функції радіо, хоча більшість подкастерів не любить, коли їх порівнюють з радійниками.

Проте подкастинг однозначно перевершує класичне лінійне медіа. Це аналог Youtube в світі аудіо [32].

Ми всі звикли з вами до телебачення, впевнено можна сказати, що раніше воно було дуже популярним, з ефірною сіткою, розкладом програм та великими бюджетами. Глядач міг споживати тільки те, що йому пропонують.

Та на зміну звичному для кожного телебаченню прийшов Youtube, який змінив правила споживання інформації. У Youtube кожен, хто має бажання та камеру, зміг сам стати таким собі маленьким телебаченням з власною аудиторією.

Аналогічно трапилося і з подкастами. Тепер не потрібно сидіти та чекати, коли почнеться улюблена передача, а можна підібрати для себе та прослухати цікавий та актуальний контент.

Слухачі власноруч обирають цікаві для себе жанр, формат та тему аудіо. А

ще вони можуть слухати запис тоді, коли їм зручно, поставити його на паузу або відмотати на потрібний момент [42]..

"Українська правда" займається розвитком та просуванням подкастів понад рік, і за цей час вийшло чимало подкастів:

"Кляті питання" – перший подкаст, раніше він був у телеграм-каналі "УП. Кляті питання". Тут говорять про суспільні теми та політику.

"Температура – нормальна!" – подкаст від "УП. Життя" про наше здоров'я та про те, як не хворіти. А якщо хворіти, то правильно і без зайвої шкоди для організму.

"До попкорну з Анною Паленчук" – подкаст про кіно- та телеіндустрію, у якому українська кінопродюсерка та сценаристка Анна Паленчук спілкується з відомими гравцями галузі, які розповідатимуть про найгучніші кіно- та телепроєкти.

"Ранкова доза" – тут відомі митці, письменники, політики та блогери розкажуть вам свою улюблену літературну історію.

"Україна після карантину" – це подкаст, про вплив карантину в Україні на різномінітні сфери життєдіяльності.

"Культура всего" – щотижневий подкас, де говорять про культуру.

"Ок і шо?" – це подкаст від "Центру спільних дій" про все що говорить нам влада нашої країни.

"Я не встигаю" – це подкаст про продуктивність. Його фішка що гості – мега продуктивні а ведучі – не дуже.

Звісно, що в Україні також виходить багато гарних подкастів. Ось декілька з них:

"Подкаст Підкаст" – розмовний подкаст від Олексія Кушніра та Олега Ідолова. Ведучі обговорюють політичні та соціальні теми "без претензії на експертність".

"Акустика тіней" – це авторський проєкт Іванни Шкромиди в якому все про світову літературу.

Цікаві подкасти випускає незалежна подкаст-спільнота "Радіо Поділ".

Серед них, подкаст про вплив технологій на людину "Доступ", подкаст про роль людини у глобальних проблемах "Антропоцешо" та інші.

НЕ менш захоплюючими є подкасти іноземною мовою [47].

"Power Corrupts" – це подкаст про не добру силу, яка є в нашому світі. Ведучий подкасту – доктор Брайан Клаас, політолог та оглядач The Washington Post.

"Serial" – це подкаст, можна назвати його детективом про одну історію. Журналістка Сара Кеніг розслідує вбивство молодої американки, що відбулося у 1999 році в місті Балтімор. Так, це саме той подкаст, який у 2014-му зчинив революцію.

"Wind of change" – журналіст Патрік Редден Кіф дізнається, що одну з найбільш продаваних пісень усіх часів "Wind of change", виконаної Scorpions, написали в ЦРУ. Подкаст розповідає про подорож Патріка в пошуках істини.

Також, особливу увагу хочемо приділити подкастам на Громадському радіо.

Найбільше до душі мені став подкаст Маріуполь: зневоднення. Хоча там всього лиш 3 випуски, та на мою думку вони є дуже глибинними, вони передають всю ту біль, яку пережили люди. Їх спогади наповнені стражданнями та горем.

Я вважаю, що такі подкасти дуже актуальні нині, вони повинні бути! Це наша історія, це наші реалії, це життя людей нашої батьківщини.

«Опір» – мультимедійний проєкт Громадського радіо, у якому ми говоримо з відомими українцями та українками, що в різний спосіб чинять опір російським загарбникам. Це взагалі на мою думку той інформаційний продукт, який має транслювати увесь світ. Завдяки йому, ми всі бачимо справжніх українців, патріотів, людей відданих своїй країні. Особисто для мене, історії цих людей, вони надихають. Надихають вірити в перемогу, працювати та боротися зі злом, що прийшло на нашу землю.

Окремо, акцентуємо увагу на подкасті «Голоси Майдану». Це перший аудіо подкаст на радіо, який я прослухала в своєму житті. Це розповіді

учасників кривавих подій, які знаходилися в самому епіцентрі Майдану та були свідками того, як творилася нова історія України.

Вагомим плюсом у побудові міжнародних відносин між Україною та іншими державами є те, що українські подкасти є закордоном.

Іноземці можуть дізнатися про нашу країну та її мову більше, завдяки сайтам ukraineworld та alllanguageresource. Звісно це не єдине джерело, де можна прослухати подкасти українською мовою, але проаналізувавши значиму кількість сайтів, найцікавішими та найдоступнішими для мене є саме вони.

Окрему увагу хочеться приділити такому подкасту як «Наша Каша». У ньому є аудіо як англійською, так і українською. Цей подкаст про українське життя. Він присвячений українському побуту, подорожам та подіям, а також музиці з нагоди. Подкаст оновлюється щотижня, а епізоди тривають приблизно півгодини кожен.

Не менш цікавим є подкаст MADE IN UKRAINE. Подкаст містить інтерв’ю з українськими підприємцями та лідерами, щоб слухачі могли відчути проблеми, економіку та проблеми України в глобальному масштабі.

До вподоби мені також подкаст SBS UKRAINIAN. Цей подкаст присвячений міжнародним новинам, подіям, історіям способу життя, інтерв’ю та новинам. Створений Спеціальною мовною службою, він вимовляється повністю українською мовою, але зосереджується на проблемах і новинах, з якими ви вже повинні бути знайомі, що полегшує вам стеження.

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ПОСТУПУ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО РАДІО В ЦИФРОВОМУ СВІТІ

3.1. Проєктування векторів розвитку радіомовлення слухачами: досвід емпіричного дослідження в умовах війни

Впевнено говоримо про те, що найдоступнішим у воєнний час канал медіа – це радіомовлення. Від перших днів військового вторгнення, коли містяни чи жителі далеких сіл позбавлялися доступу до газет, ефірного телебачення чи залишалися поза зоною покриття сигналом інтернету, саме радіо зберігало функції шпаринки в зовнішній світ. Не дарма так нещадно окупати нищили і глушили інфраструктуру покликану передавати об’єктивну інформацію у теле-, радіоформаті населенню [10].

Важливим є те, що в радіоефірі ми чуємо сигнали повітряної тривоги – це рятує життя. Дякуючи доступності за будь-яких умов, чи то проблеми з електропостачанням, що нині є досить актуальним питанням для кожного українця, чи відсутність покриття мобільних операторів, доступ до радіомовлення можна знайти завжди [42].

Традиційні приймачі та мобільні телефони знову стали девайсами, які забезпечують доступ до зовнішнього світу, що особливо актуально для віддалених місцевостей, людей, які з різних причин не мають доступу до цифрового контенту продукованого тематичними каналами Viber чи Telegram спільнот.

До об’єктивних причин інформування додалися і паралельні тенденції з прискорення українізації, відмови від музики російських виконавців та російськомовних треків. Вірусне поширення української культури закордон стимулює розвиток української музики, а композиції наших виконавців транслюються на радіо не за квотним принципом, як в перші роки їхнього

впровадження, а за мірою популярності, затребуваності та переорієнтації слухачів на український медіазміст.

Світ відкрив очі на українську культуру, відкрився для нашої пісні, а співгромадяни, які мільйонами понесли в світи інформацію про жахіття війни на Батьківщині долучили до нашої культури жителів країн, які дружно прийняли в себе вимушених переселенців. Виявилося, що українці багаті культурою, традиціями, а ще працьовиті та самовіддані в любові до всього свого, автентичного, рідного [42].

Українські діаспори є по всьому світу. І де б українець не проживав – він завжди залишиться українцем, бо коріння його- це наша ненька Україна. Після початку повномасштабного вторгнення на нашу батьківщину ганебних російських окупантів, українці з усіх куточків земного шару більше почали цікавитися новинами, які потоком линули з усіх платформ, в тому числі і через радіоефір. Під час авторського інтерв'ю із Наталкою Попович, редакторка та ведуча української радіопрограми "Пісня України", найстаршої у радіопросторі Канади, яка безперервно виходить в ефір Торонто та околиць спершу з радіостанції "CKFH 1400" (о 19.00–19.30), потім "CHWO" (о 16.30–18.00), а нині "CJMR 1320" (о 19.20–19.50) від 1959 р., слухачами якої є покоління старших українців, для яких інтернет технології часто залишаються недоступними зазначала, що її радіопрограма з початком війни як і півстоліття тому стала потужним інформаційним майданчиком, на якому не лише щодня повідомляють про новини з України, але й акумулюють ресурс для благочинності, адже добрі справи канадійської громади, зокрема в Торонто, знана серед світового українства. Інформаційні блоки в "Пісні України" частково замістили традиційну історичну рубрику, місцеві новини із життя громади тощо. Навіть більше, радіостанція, в ефір якої зараз виходить радіопрограма, протягом двох місяців безоплатно надала півгодинний ефір для додаткових випусків саме українцям. Подібна ситуація є типовою для українського контенту у різних країнах.

Актуалізація радіомовлення серед слухацької аудиторії стала предметом

дослідницької уваги авторського колективу, адже, як більшість українців, ми почали частіше слухати ефір українських радіостанцій залишаючись без електроенергії та зв'язку протягом довгого часу. Тож захотіли розібратися які потреби та очікування від радіоконтенту в українських радіослухачів. Для цього у період 1–14 грудня 2022 р., на момент, коли українці вже понад місяць відчували гострі перебої з постачання електроенергії, через соціальні мережі запропонували респондентам відповісти на кілька запитань означеної тематики. Результати отримані за допомогою сервісу "Google Forms" є нерепрезентативними з соціологічної точки зору оскільки в ній не дотримано квоти вибірки, але є знаковими та тенденційними для усвідомлення векторів поступу медіаканалу. Опитані 83 респонденти – це молодь, яка проживала в різних регіонах України та на момент заповнення анкети перебувала на її території, що особливо важливо для розуміння запитів та інформаційних пріоритетів в умовах базового рівня комфорту, які вони могли собі забезпечити.

Відповідно до авторської гіпотези після початку війни в Україні респонденти стали слухати радіо більше, що підтверджено 39,8% респондентів проти 20,5% тих, для кого час щотижневого контакту з радіо не змінився (Рис.1.).

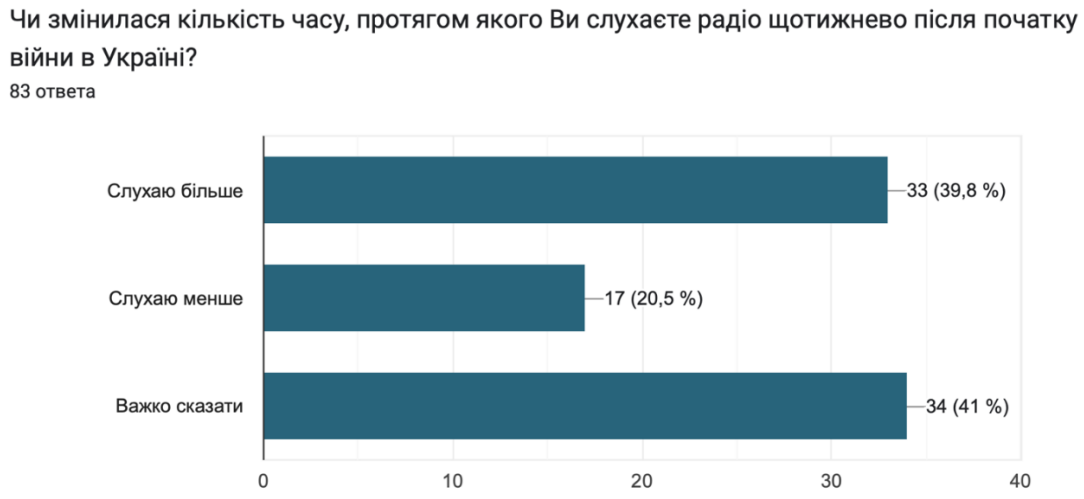


Рис. 1. Оцінка часу протягом якого респонденти слухають радіо щотижнево від початку війни в Україні [5]

За власним прикладом можемо припустити, що збільшення прослуховування відбувається з метою уникнення інформаційного вакууму,

актуалізовано бажанням завжди залишатися в курсі інформаційного порядку денного, оперативно реагувати на загрози, про які інформують в радіопросторі. Серед мотивації доступу до радіо саме інформаційна мета є визначальною для 42,2% опитаних, ще 26,5% з них вмикають радіо з розважальною метою та щоб відволіктися від поточних проблем та переживань (16,9%). З психологічної точки зору переключити увагу на контент іншого, крім інформаційного типу, важливо для розвантаження та зняття напруги, в чому радіо також є неодмінним помічником та супутником (Рис.2.).

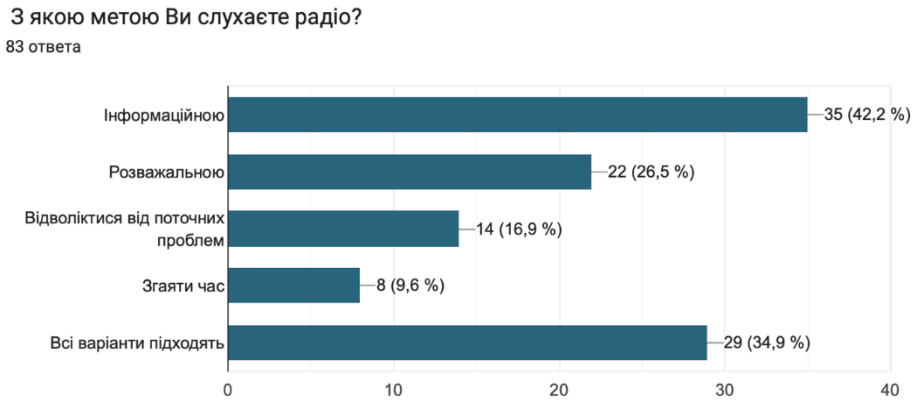


Рис. 2. Мета прослуховування радіо опитаними респондентами [5]

Реноме радіо, як найдоступнішого каналу медіа в кризових умовах підтвердили 63,9% опитаних [5]. На відкрите запитання про джерела інформування про події із зовнішнього світу за умов відсутності електроенергії та зв'язку, де кожен мав змогу зазначити власний варіант відповіді, було отримано різні репліки від: друзів, оточуючих, родичів, смартфону; включаючи найактивніших, які займаються пошуком мережі не очікуючи її повсюдної появи, та тих, хто чекає зв'язку та не отримує інформації під час його відсутності. Та найчастіше вказувана відповідь самими опитуваними – це прослухоування радіо (18,6%) (Рис. 3).



Рис. 3. Канали отримування респондентами інформації під час відсутності електроенергії та зв'язку (вільний вибір) [5]

Саме радіоефір є одним із пріоритетних майданчиків для зняття психологічної напруги під час довготривалого очікування. З метою заспокоєння його вмикають у 18,1% випадків. Разом із розмовами з близькими (37,3%), скролом стрічки соцмереж (51,8%) чи емоційної розрядки в тиші (31,3%) радіо повертає собі чільне місце в житті сучасного українця (Рис.4). У повоєнні роки до його функціоналу має додатися грамотна, виважена ти системна робота із адаптації громадян до нових умов життя. Саме легка стилістика ефіру, мажорний близький до нормального ритм мирного життя також нестиме в собі радіо, воно ж популяризуватиме багату музичну культуру, що її з шаленими темпами сьогодні продукують талановиті співгромадяни по своєму рефлесуючи на поточні кризи.

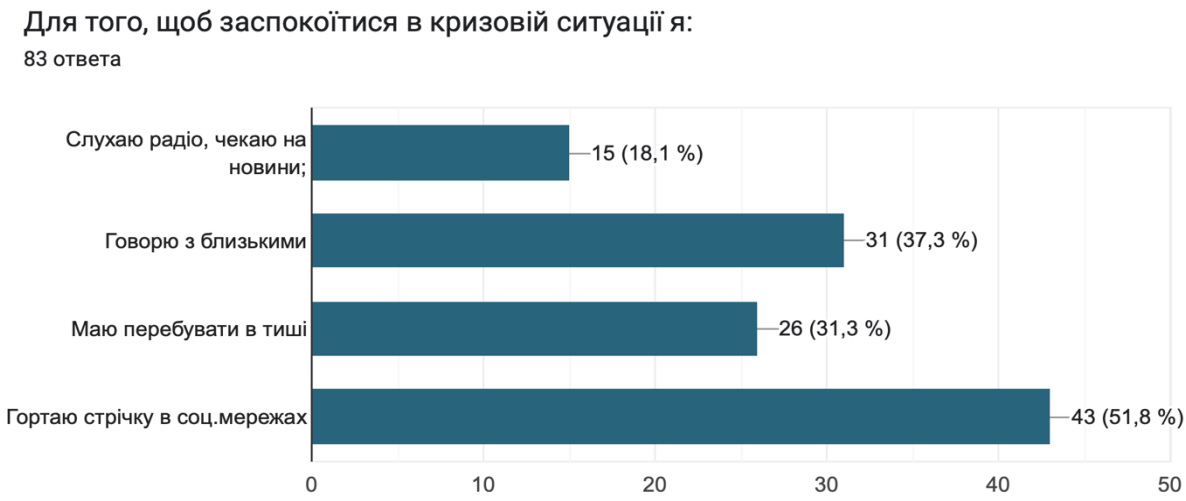


Рис.4. Інструменти зняття психологічного напруження українцями в кризових умовах [5]

Попри актуалізацію інформаційного контенту радіоефіру, якому віддали перевагу 42,2% опитаних, розважальний музичний контент продовжує залишатися мейнстримним для медіаканалу, на нього орієнтується і 26,5% [5]. Такі показники актуалізують яскраву тенденцію до дерусифікації радіопростору, адже українці свідомо відмовляються від контенту країни-ворога, менше слухають її музику, дотичні до її культури. Довоєнна тенденція до представлення російської музики в плейлисті пересічного українця нині переживає реструктуризацію у напрямку українських та зарубіжних (крім російської) музичних культур. “Мені не цікаво витрачати свій час на такий контент” – саме так відповідають українці (73,2%) на питання про те чи продовжують вони стежити за російськими медіа, в тому числі радіо. Інші варіанти відповіді зібрали на стільки обмаль схвальних відповідей, що розглядати їх недоцільно.

Натомість в української пісні всередині країни стало радикально більше прихильників. 89% опитаних збільшили кількість таких композицій на своїх девайсах (Рис.5.). Серед улюблених треків названих у відповідь на відкрите запитання: пісня січових стрільців “Ой у лузі червона калина”, яка без перебільшення лунає над всім світом, “Stefania”, “Додому” гурту Kalush Orchestra, “Вільні Люди” гурту Без Обмежень, “Моя Весна” від Renie Cares,

“Колискова для ворога” заспівана СТАСІКОМ, “Інша Любов” Enleo, пісня-заклик Jerry Heil “Геть з України” та інші. Вибір радіостанцій, які конкурують за увагу українців зараз досить поважний, серед них названі респондентами “Перець FM”, “Radio Roks”, “Люкс FM”, “Радіо П’ятниця”, “Хіт FM” та ін., перелік якісних україномовних аудіоподкастів також постійно розширюється.

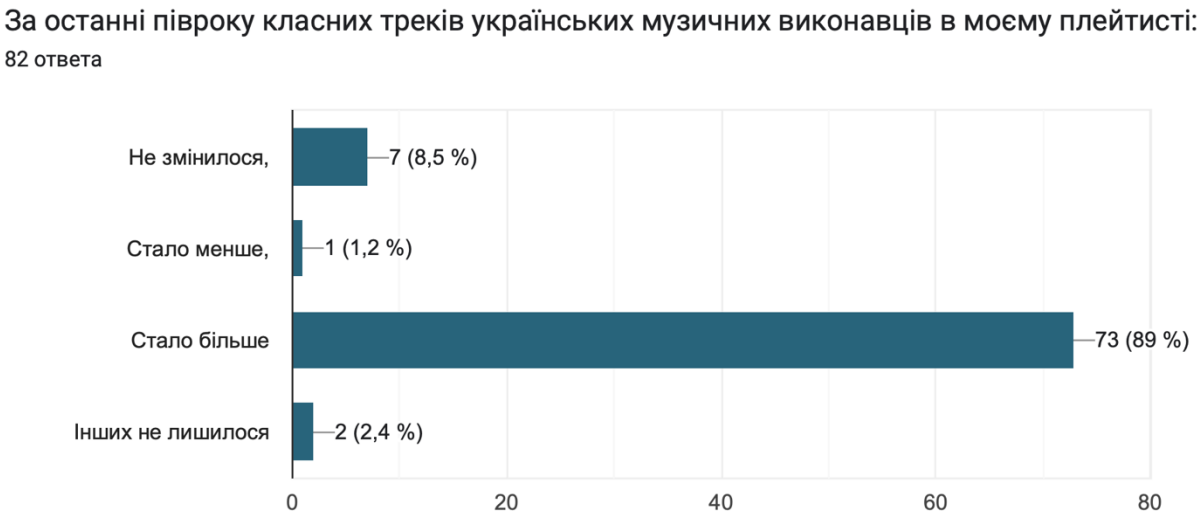


Рис. 5. Показники збільшення попиту на україномовний контент [5]

Програмними в цьому контексті є бачення українського диктора, радіожурналіста та медіаменеджера, а нині члена правління, відповідального за платформи радіо та телебачення Суспільного, Д.Хоркіна, який у листопаді 2022 р. констатував, що “Українське радіо” – єдине, яке мовить по всій території України і навіть у Росії”, адже “Радіо всепроникне. Ми справді мовимо по всій території України. Завдяки середнім хвилям нас слухають у Маріуполі, Донецьку, Луганську, Сімферополі, Ялті, Керчі… 10 грудня 2014 року ми почали мовити на частоті 1431 кГц на всю територію європейської частини Російської федерації. Росіяни … не можуть нас глушити” [6].

Слухачі різного віку сходяться на тому, що в час війни, найважливіша задача радіо – тримати українців у курсі подій та інформувати населення навіть у найвіддаленіших куточках країни. 39,8% опитаних констатують що системно слухають радіо протягом тижня і це молодь, люди, які на попередніх етапах

були не надто прихильні до традиційного медіа позбавленого яскравого цифрового вираження. На думку ще 63,9% респондентів без радіомовлення, комунікація із зовнішнім світом буде доволі обмежена та ускладнена [5]). Українські слухачі однозначно орієнтовані на якісний українськомовний контент, про що свідчать схвальні думки 89% аналізованих анкет.

В умовах тотальної агресії з боку країни окупанта, серед фейкової пропаганди, українське радіомовлення – символ стійкості та незламності, який допомагає своїй аудиторії бути в курсі важливих та актуальних новин, які, в тому числі буквально, зберігають життя. Тож оновленому переосмисленому українськомовному радіо в Україні бути і для цього є всі передумови: якісна музика, талановиті ведучі, затребуваність в аудиторії і, безумовно, бажання наповнювати медіаринок якісним конкурентоспроможним медіазмістом, ставати частиною європейського якісного цифрового медіаринку, на який хочеться орієнтуватися та до якого поважно долучатися.

3.2. Прикладні аспекти посилення ролі радіомовлення в житті українців

Війна ускладнила життя всім економічним сферам України. Звісно, радіо не є виключенням. Але попри всі негаразди українське радіо гідно справляється з викликами сьогодення. І демонструє свою силу та міць. Воно протистоїть брехливому потоку інформації від країни-агресора та стоїть на варті інформаційного простору нашої країни.

Труднощі воєнного часу негативно впливають на всі сторони нашого життя, а також на бізнес-проєкти. Звісно, безліч розважальних – радіо-станцій переформатували свою роботу, чи то взагалі припинили її.

Як відомо, від початку повномасштабної російсько-української війни в лютому поточного року в Україні було призупинено проведення конкурсів на

канали та радіочастоти. Однак, державою було створено механізм, який забезпечує мовникам можливість розвивати свої мережі. Це можна зробити на підставі дозволів на тимчасове мовлення на воєнний час, які видає за прискореною процедурою Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення вже чинним компаніям. Звісно ж за наявності в них такого бажання і в разі, якщо це бажання збігається з наявністю вільного частотного ресурсу.

Потрібно зазначити, що росія веде інформаційну війну проти українського населення. Від початку повномасштабної російсько-української війни місто Харків перебуває під постійними обстрілами. Однак, паралельно із ракетно-бомбовим терором Росія застосовує проти харків'ян ще й терор інформаційний. На місто спрямовано антени потужних передавачів, які цілодобова транслюють на Харків та Харківську область російську агресивну пропаганду. Частину цих передавачів було розміщено на територіях Харківщини, що перебували під російською окупацією з березня по серпень поточного року. Після вересневого контрнаступу ЗСУ, коли більшу частину області було звільнено, ці незаконно встановлені російськими окупантами передавачі було відключено, або повернуто законним власникам – українським мовникам.

Досліджуючи зміни в українськомовному радіо, після 24 лютого 2022 року, я натрапила на інтерв'ю з ветераном Українського радіо Анатолієм Табаченком. "Тут треба говорити не тільки про війну. Яким буде радіо у майбутньому? Цього передбачити не можна, адже техніка розвивається дуже стрімко. Я прийшов сюди, коли для монтажу різали ножицями магнітну плівку, а зараз у кишені смартфон, в якому цілий світ. Але як би не змінювалась технічна база радіо, головною залишиться людина перед мікрофоном, її голос, манера спілкування, харизма. Так, щоб їй повірили в ефірі. Тут жодна техніка не допоможе", - сказав Анатолій Табаченко.

Радіомовлення осучаснилося в інтернеті, воно оновилося, демонструє ріст прихильників, тому має розглядатися як перспективне і з точки зору бізнесу.

Слухачі схильні довіряти радіо, а численні подкасти акумулюють увагу відданих слухачів певній тематиці, бо подкасти можуть мати дуже вузьку галузеву аудиторію.

Ми дослідили готовність слухачів слухати проєкти, якщо вони будуть цікавими, а в умовах війни радіо слухають е й тому, що воно є найдоступнішим.

Втім проблемою залишається те, що в Україні про закордонні радіоініціативи знають мало, у нас практично немає обміну інформацією між ініціативами всередині країни і поза її межами, хоча вони об’єднані любов’ю до України.

Тому ми вийшли на вулиці українського Ірпеня, щоб зрозуміти яку роль у їхньому житті відіграє радіо. Ми запитали, що знають містяни про заборонні радіоініціативи і щоб б вони хотіли побажати і за що подякувати українцям під час війни. А ще поцікавилися, як саме вони слухають радіоефіри та які їхні найулюбленіші передачі. Про плюси та мінуси сучасного українського радіомовлення і багато цікавого висвітлено у відеопроєкті.

ВИСНОВКИ

В нашій кропіткій роботі ми працювали над дослідженням досить цікавої теми, а саме: «Світове українськомовне радіо як перспективне бізнес-середовище для реалізації медіа-стартапів».

Перед нами, були поставлені певні завдання та цілі, які ми мали виконати. Робота почалася з підготовки та визначення розділів у вступі, під час написання роботи вступ дещо змінювався. Дякуючи глобальні мережі Інтернет, ми знайшли багато корисної інформації на різноманітних сайтах, статті, новини та наукові працямі.

Першим нашим завданням було схарактеризувати історико-методологічну складову українськомовного радіомовлення. Цілком впевнено, можна сказати, що найважливішим для розкриття даного питання, було вивчити та проаналізувати етапи розвитку українськомовного радіо. В роботі досліджено 6 етапів його розвитку.

Наступним завданням було виявити перспективні напрямки комерційної ефективності радіоконтенту та аудіоподкастів. Щоб розібратися, та проаналізувати це досить складне питання я користувалася різноманітними сайтами, на яких можна було ознайомитися як з українськими так і з зарубіжними подкастами. Дуже цікавим для мене була робота по вивченню українськомовних подкастами закордоном. Вразило те, що людям дійсно цікава Україна і все що з нею пов’язано.

В роботі визначено, що найпопулярнішими категоріями подкастів є новини, гумористичні шоу, сторітелінг, поп-культура та література, технології, здоров’я та бізнес. Цілком впевнено, можна сказати, що в Україні ринок подкастів почав активно розвиватися кілька років тому, а в карантинному 2020-му отримав справжній поштовх: одразу кілька медіа, журналістів, радіоведучих вирішили займатися випусками шоу професійно.

Далі, при написанні магістерської роботи, ми простежили медіакарту

світового українськомовного радіопростору. Хочеться зазначити, що завдяки українським діаспорам у різних країнах світу, українськомовні хвилі мають місце закордоном.

Після цього, ми поставили собі за мету, проаналізувати дослідити аудіоподкастинг як провідну форму медіа-стартапів у сучасному радіомовленні. Висновок один – нині сучасний радіомовлення, яке пройшло певні етапи трансформації не може існувати без медіа-стартапів. Вони є невідємною його складовою. З упевненістю можна сказати, що медіа-стартапи на радіо – це нова ринкова ніша для ведення успішного бізнесу.

І в завершенні роботи ми визначили тенденції розвитку українськомовного радіо в умовах війни на підставі емпіричного дослідження. Нині, в нелегкий час для нашої країни, радіомовлення є дуже актуальним та важливим. В гарячих точках, на окупованих територіях люди мають змогу почути правдиву та достовірну інформації. Навіть проблеми з електропостачанням не стануть на заваді, бо радіохвилі можна слухати з радіоприймачів на батарейках чи смартфоні. Наразі українськомовне радіо відродилося, трансформувалося, стало кращим і незамінним. З упевненістю можу сказати, що голос радіо – рятує життя.

Слухачі різного віку сходяться на тому, що в час війни, найважливіша задача радіо – тримати українців у курсі подій та інформувати населення навіть у найвіддаленіших куточках країни. 39,8% опитаних констатують що системно слухають радіо протягом тижня і це молодь, люди, які на попередніх етапах були не надто прихильні до традиційного медіа позбавленого яскравого цифрового вираження. На думку ще 63,9% респондентів без радіомовлення, комунікація із зовнішнім світом буде доволі обмежена та ускладнена [5]). Українські слухачі однозначно орієнтовані на якісний українськомовний контент, про що свідчать схвальні думки 89% аналізованих анкет.

Приємним було те, що три канали Суспільного радіо у період війни продовжують розширювати свою FM-мережу. Кількість населених пунктів, у яких можна слухати програми Українського Радіо, Радіо Промінь та Радіо

Культура, збільшилась ще на 11 населених пунктів, серед яких 2 – обласного значення.

Загалом у період повномасштабної війни три канали Суспільного радіо запустили мовлення у 24 нових населених пунктах, 6 із них — обласного значення.

В умовах тотальної агресії з боку країни окупанта, серед фейкової пропаганди, українське радіомовлення – символ стійкості та незламності, який допомагає своїй аудиторії бути в курсі важливих та актуальних новин, які, в тому числі буквально, зберігають життя. Тож оновленому переосмисленому українськомовному радіо в Україні бути і для цього є всі передумови: якісна музика, талановиті ведучі, затребуваність в аудиторії і, безумовно, бажання наповнювати медіаринок якісним конкурентоспроможним медіазмістом, ставати частиною європейського якісного цифрового медіаринку, на який хочеться орієнтуватися та до якого поважно долучатися.

А тому перспективою подальших наукових досліджень має стати розгляд поступу та акумулювання уваги світового українства до подій на Батьківщині після 24 лютого 2022 р.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Американський Комітет для визволення України від большевизму оголошує конкурс на написання статей для радіо-передачі. Свобода. 1954. № 74. С. 3.

2. Бажан М., Антонов О. Віхи українського парламентаризму – у цифрах і фактах. Голос України. 2006. URL: http://www.golos.com.ua/article/215624. (дата звернення: 19.12.2022).

3. Борисенко О. Особливості національного бізнес-планування або “наддовгі” гроші у надкороткому ефірі України. Теле-радіокур’єр. 1998. № 3. С.4.

4. Гиріна Т. До питання періодизації історії українськомовного радіо у світовому медіа середовищі. Поліграфія і видавнича справа. 2018. № 1. С. 125–130.

5. Гнідь Б. Радіопередач з України немає. Свобода. 1999. №96. С. 13.

6. Гоян О. Комерційна радіожурналістика в Україні: становлення, розвиток, перспектива : дис на здобуття наук. ступеня д. філологічних наук : спец. 10.01.08 “Журналістика”. Київ. 2007. 317 с.

7. Гоян О. Радіостанція як ділове підприємство: радіожурналістика та бізнес. Електронна бібліотека Інституту журналістики. 2022. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1510. (дата звернення: 19.12.2022).

8. Гоян О. Радіостанція як ділове підприємство: радіожурналістика та бізнес. Київ. Знання. 2002. 212 с.

9. Григорова З., Сухорукова О., Кваско А. Основи медіабізнесу. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 323 с.

10. Гуфельд К. Українська музика підкорює світ. Серія публікацій «Українська культура під час війни». Vinnitsia presspoint. 2022. URL:

https://presspoint.in.ua/2022/05/02/ukrainska-muzyka-pidkoriuie-svit-seriia-publikatsij-ukrainska-kultura-pid-chas-vijny/ (дата звернення: 19.12.2022).

11. Закон України “Про оподаткування прибутку підприємств, Liga 360. 2005. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/z0334_0?ed=2007_04_27. (дата звернення: 19.12.2022).

12. Закон України “Про телебачення і радіомовлення”. Законодавство України. 1993. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text. (дата звернення: 19.12.2022).

13. Здоровега В. Українська періодика у сучасному національно-інформаційному просторі. Українська періодика: Історія і сучасність. Київ, Знання, 1995. 312 с.

14. Знание об Украине. Что и где читать. Uknol.info. 2022. URL: https://www.uknol.info/ru/Persons/M_283_345_i_269_ka_V.html. (дата звернення: 19.12.2022).

15. Іванов В., Волошенюк О. Медіаосвіта та медіаграмотність. Київ, Центр вільної преси. 2012. 352 с.

16. Кацун Ю. Радіо – вимкнути? Кількість радіоточок скоротилася з 19 до 6 мільйонів. День. 2005. № 35. С. 12.

17. Кекіш П. Спогади радиста УПА. Торонто-Львів: Літопис УПА, 2015. 153 с.

18. Контекстна реклама: все, що потрібно про це знати власнику бізнесу. Ag.Marketing. 2022. URL: https://ag.marketing/blog/kontextna-reklama/. (дата звернення: 19.12.2022).

19. Косик Х. Це люди, що роблять українські подкасти. Як промотувати та монетизувати подкаст. The Village. URL: https://www.the-village.com.ua/village/city/people/314099-tse-lyudi-scho-roblyat-ukrayinski-podkasti. (дата звернення: 19.12.2022).

20. Коцюбинчик І. Про українське радіо в Америці. Свобода. 1998. № 25. С. 13.

21. Лизанчук В. Основи радіожурналістики. Київ. Знання. 2006. 628 с.

22. Мильченко О. Виклики політики безпеки: Історія та сучасність. Збірник тез доповідей міжнародної наукової конференції “Україна в сучасному соціокомунікаційному просторі”. Львів, Національна академія сухопутних військ імені Петра Сагайдачного ; Жешувський університет, 2016. С. 88–90.

23. Найважливіша інформація для українців за кордоном у Польщі тепер на радіо “RMF Україна”. Національна Рада України з питань телебачення і радіомовлення. 2022. URL: https://www.nrada.gov.ua/najvazhlyvisha-informatsiya-dlya-ukrayintsiv-za-kordonom-u-polshhi-teper-na-radio-rmf-ukrayina/ (дата звернення: 19.12.2022).

24. Обух Л. Провідні тенденції української музичної освіти західної діаспори (початок XX-XXI ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : спец. 26.00.01 «Теорія та історія культури (мистецтвознавство)». Львів. 2014. 18 с.

25. Онищук М. Війна в Україні крізь призму зарубіжних ЗМІ. Вісник книжкової палати. 2022. № 3. С. 22–29.

26. Подкаст від УП. Життя про наше здоров'я та про те, як не хворіти. А якщо хворіти, то правильно і без зайвої шкоди для організму. Podtail.com. 2018. URL: https://podtail.com/ru/podcast/2da8307d/. (дата звернення: 19.12.2022).

27. Подкастинг» — випуск подкаст-журналу «Блогкаст». Podcasts.nv. 2019. URL: https://podcasts.nv.ua/ukr/podcast/146-kliati-pytannia.html?page=8. (дата звернення: 19.12.2022).

28. Про Українське радіо. Українське радіо. 2022. URL: www.nrcu.gov.ua (дата звернення: 19.12.2022).

29. 50-ліття Союзу Українок Америки. 1925–1975. Пам’яткова книжка 17-ої конвенції СУА. 1975. Нью Йорк. 303 с. URL: https://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/6792/file.pdf. (дата звернення: 19.12.2022).

30. Радіо Поділ». 2022. URL: https://radiopodil.org. (дата звернення: 19.12.2022).

31. Радіо-міст Київ-Вашингтон обговорює Чорнобиль. Свобода. 1991. № 84. С. 1, 4.

32. Руденко Є. Подкастинг – це те, що під каструлю? BBC. 2010. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/multimedia/2010/05/100525_podcasting_on (дата звернення: 19.12.2022).

33. Світ радіо. 2022. URL: http://proradio.org.ua. (дата звернення: 19.12.2022).

34. Сидоренко Н. Історія національного радіоефіру: Архівні матеріали (1942—1969). Київ, Освіта, 2004. 150 с.

35. Соколишин О. Об'єднаний комітет поширює свою діяльність. Свобода. 1954. № 177. С. 3.

36. Солодовнік М., Мавричев В. "Понівечений, але нескорений". 2022 рік у фотографіях Суспільне Харків. URL: https://suspilne.media/350378-ponivecenij-ale-neskorenij-2022-rik-u-fotografiah-suspilne-harkiv/. (дата звернення: 19.12.2022).

37. Спецефір Українського радіо. Українське радіо. 2022. URL: http://www.nrcu.gov.ua. (дата звернення: 19.12.2022).

38. Сурмач М. Історія моєї «Сурми». Спогади книгаря. Нью-Йорк: Сурма, 1982. 197 с.

39. Терещук В. І. Розвиток глобальної медійної світ-системи в умовах постбіполярності : дис. на здобуття наук. ступеня д. політичних наук : спец. 23.00.04 “Політичні проблеми міжнародних систем та глобального розвитку”. Миколаїв, 2019. 171 с.

40. У Польщі запустили україномовне радіо. Укрінформ. 2022. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/3434414-u-polsi-zapustili-ukrainomovne-radio.html. (дата звернення: 19.12.2022).

41. Указ Президента України “Про День працівників радіо, телебачення та зв’язку”. Законодавство України. 1994. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/667/94#Text (дата звернення: 19.12.2022).

42. Українське радіо під час війни #2: робота від генераторів та повернення на деокуповані території. Mediasat. 2022. URL: https://mediasat.info/uk/2022/12/17/ukrainske-radio-pid-chas-viyny-chastina-druga/.

(дата звернення: 19.12.2022).

43. Українське радіо” — радянська пропаганда, всеукраїнський диктант та музика. My-Kiev.com. 2022. URL: https://my-kiev.com/city/ukrayinske-radio-radyanska-propaganda-vseukrayinskij-diktant-ta-muzika-64774.html. (дата звернення: 19.12.2022).

44. Українське радіо» ввійшло у ТОП-5 загальнонаціональних радіостанцій за рейтингом слухання новин – Internews. Stv.Detector.Media. 2018. URL: https://stv.detector.media/radio/read/4168/2018-09-06-ukrainske-radio-vviyshlo-u-top-5-zagalnonatsionalnykh-radiostantsiy-za-reytyngom-slukhannya-novyn-internews/. (дата звернення: 19.12.2022).

45. Українські радіопрограми звучать на різних радіостанціях Канади (аудіо). Українське радіо. 2017. URL: http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=64221. (дата звернення: 19.12.2022).

46. Українці в Австралії. Енциклопедичний Довідник / Шумський В., Шумський М., Богацький Л. та ін. Сідней: Вільна Думка і Товариство Збереження Української Спадщини в Австралії, 2001. 673 с.

47. Хівренко А. Що таке подкасти та як їх слухати? Українська правда. 2020. URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/ (дата звернення: 19.12.2022).

48. Цифровізація як нова реальність України. Lexinform. Юридичні новини України. 2022. URL: https://lexinform.com.ua/dumka-eksperta/tsyfrovizatsiya-yak-nova-realnist-ukrayiny/. (дата звернення: 19.12.2022).

49. Шеффер Д. Роль засобів масової інформації у розбудові громади. Засоби масової інформації і мораль: Електронний часопис Державного департаменту США. 2001. Т. 6. № 1. С. 13.

50. Як працює реклама на радіо. Leosvit. 2022. URL: https://leosvit.com/art/yak-pracyuye-reklama-na-radio. (дата звернення: 19.12.2022).

51. Як радіостанції заробляють. Повна бізнес-модель 2022 року. Kiiky. 2022. URL: https://kiiky.com/uk/багатство/як-радіостанції-заробляють-гроші/.

(дата звернення: 19.12.2022).

52. Adnan is out. Serialpodcast. 2022. URL: https://serialpodcast.org. (date of application: 19.12.2022).

53. Bellis, M. Who invented Youtube? Inventors. 2012. URL: http://inventors.about.com/od/xyzstartinventions/a/YouTube.htm. (date of application: 19.12.2022).

54. Mast G., M. Cohen. Film Theory and Criticism: Introductory Readings. New York, Oxford University Press, 1974. 81 p.

55. Power Corrupts. Power Corrupts Podcast. 2022. URL: https://www.powercorruptspodcast.com. (date of application: 19.12.2022).

56. SOFU Radio – Song of Ukraine – Пісня України. Facebook. 2022. URL: https://www.facebook.com/SOFUradio/?locale. (дата звернення: 19.12.2022).