

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ІНТЕРАКТИВНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИСВІТЛЕННЯ СУСПІЛЬНО-
ВАЖЛИВИХ ТЕМ: АУДИОПРОЄКТ «ГОЛОС СУСПІЛЬСТВА»**

Здобувача першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти

групи ЖУРБ-1-20-4.0з.

галузі знань 06 Журналістика

спеціальності 061 Журналістика

освітньої програми 061.00.01

Журналістика

Дудій Вероніка-Анастасія Володимирівна

Використання чужих ідей,
результатів і текстів
мають посилання на відповідне
джерело

Науковий керівник:
Лісневська А.Л.,
доцент, кандидат педагогічних наук

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Розширена шкала _____

Кількість балів: ____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

І.В. Погребняк,

(підпис) (ініціали, прізвище)

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	3
1.1. Обґрунтування актуальності аудіопроєкту «Голос суспільства».....	3
1.2. Мета і завдання роботи проєкту.....	3
1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку.....	4
II. СУСПІЛЬНО-ВАЖЛИВІ ТЕМИ У МЕДІАСВІТІ, ЩО ВПРОВАДЯТЬСЯ У АУДІОПРОЄКТ «ГОЛОС СУСПІЛЬСТВА».....	5
2.1. Дослідження тематики суспільно важливих тем у новинному просторі.....	5
2.2. Аналіз інтерактивності у журналістиці за допомогою актуальних джерел.....	8
2.3. Цільова аудиторія аудіопроєкту «Голос суспільства».....	11
2.4. Структура і рубрикація аудіопроєкту «Голос суспільства».....	11
2.5. Формати аудіоматеріалів для проєкту.....	13
2.6. Технічні й програмні засоби.....	14
2.7. Сфера застосування та результати апробації.....	14
2.8. Висновки.....	15
III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	16
IV. ДОДАТКИ.....	21
V. АНОТАЦІЯ.....	25

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності аудіопроєкту «Голос суспільства»

Технології розвиваються дуже швидко та змінюють діяльність людей. Медіа також почали оновлюватися. Нині аудиторія все більше прагне не лише споживати інформацію, але й брати активну участь у її створенні та обговоренні. В умовах інформаційного перевантаження, розвиток інтерактивних форматів у радіожурналістиці стає ключовим інструментом для залучення уваги до суспільно-важливих тем, стимулювання громадської дискусії та формування свідомої аудиторії.

У науковому просторі є праці, які розкривають інформацію щодо важливості радіожурналістики у медіа, зокрема О. Гаврилук [6] висвітлює специфіку роботи радіожурналіста та його виклики у сьогоденні; О. Денисевич [5] зосередилась на радіо в Україні; про функції радіо йдеться у праці А. Мінчук [16]; економічну соціальну проблему досліджує К. Бондаренко [2]; питання дезінформації висвітлюється у статті Л. Бідочко [1]; О. Руденко та І. Тимофєєв [19] досліджують міграційні аспекти життя України; психологічний бік соціального життя представлений у статті О. Чорної [23], але у дослідницькому світі не вистачає розвідки, яка покаже посилення ролі суспільно важливих тем в умовах політичних, економічних та соціальних криз в Україні. Інтерактивні формати сприяють більшій взаємодії радіожурналіста із слухачами. Це може відтворюватися за допомогою спілкування у коментарях, що дає змогу відобразити реальні думки та настрої громадян. У цьому й полягає актуальність цієї теми.

1.2. Мета і завдання роботи аудіопроєкту

Мета кваліфікаційної роботи – дослідити можливості інтерактивності у радіожурналістиці як інструменту привернення уваги до суспільно важливих тем та створити проєкт «Голос суспільства».

Завдання роботи:

1. проаналізувати дослідження щодо інтерактивності у радіожурналістиці;

2. визначити платформу і цільову аудиторію аудіопроєкту;
3. продумати структуру і рубрикацію аудіопроєкту;
4. створити та розмістити аудіоматеріали;
5. емпіричним шляхом перевірити роботу проєкту і представити результати

1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку.

Загальнонаукові методи, які охоплюють аналіз, синтез матеріалу; емпіричні методи, до яких входять: спостереження, статистичні, апробацію результатів, методи творчого пошуку, зокрема методи індивідуального творчого пошуку, метод збору й обробки інформації, дедуктивний та індуктивний методи системний аналіз, структурно-функціональний аналіз, порівняльно-історичний, синергетичний.

Кожен з цих методів допоміг при генерації ідей, пошуку тем і героїв для випусків, а також самого створення матеріалів.

II. СУСПІЛЬНО-ВАЖЛИВІ ТЕМИ У МЕДІАСВІТІ, ЩО ВПРОВАДЯТЬСЯ У АУДИОПРОЄКТ «ГОЛОС СУСПІЛЬСТВА»

2.1. Дослідження тематики суспільно важливих тем у новинному просторі

У сьогоднішній Україні перш за все суспільно важливою проблемою є війна та національна безпека. Ще з 2014 року українці потерпають від дій країни-агресора. Тоді почалась локальна війна на Сході України (АТО) та анексія Криму. Українці переміщалися країною задля прихистку та порятунку від суцільних бомбардувань. З 24 лютого 2022 року розгорнулася повномасштабна російсько-українська війна. Е. Бонгаертс зазначає про проблеми України під час війни: «За день до візиту ФМС це стало жахливо очевидним після зухвалої російської атаки на дитячу лікарню «Охматдит» у Києві, катастрофи, що призвела до загибелі щонайменше 33 українців. Цей напад свідчить про те, що Україна гостро потребує більше засобів протиповітряної оборони для захисту своїх міст та енергетичних об'єктів» <...>» [4], відключення світла, водопостачання, дефіцит продуктів, постійне звучання повітряної тривоги, руйнування міст, загибель громадян – сьогоднішні реалії українців.

Наступне питання – права людини та підтримка постраждалих. Коли російські загарбники пускають ракети, дрони та іншу техніку на цивільні об'єкти, то вони порушують всі закони прав людини. Наслідками їхніх дій стають руйнації об'єктів та тисячі постраждалих щодня. Наприклад, 19.07.2023 року терористи вдарили ракетою по Драматичному театру міста Чернігова. Там загинули семеро людей і 156 осіб отримали поранення. Восьмого липня 2024 року російська ракета потрапила в дитячу лікарню «Охматдит». Загинуло двоє осіб, поранено – 32 людей. 13.04.2025 року постраждав центр міста Суми, де загинуло 34 мешканців міста і 117 людей постраждали. Це маленька кількість прикладів ситуацій, які відбуваються майже щодня: я руйнування, люди втрачають рідних і дах над головою. Під час самого дійства на місці приїжджають служби екстреної допомоги, волонтери та інші служби. Але людям потрібна підтримка і після трагедій.

Станом на березень 2024 року на території України зареєстровано понад 3 мільйони внутрішньо переселених осіб, які не можуть жити у власних будинках. «Переселенцям мали би надати соціальне житло, адже українське законодавство гарантує право на нього, проте насправді такого в Україні майже немає. Відтак люди, які виїхали з рідних міст і сіл, змушені або самостійно орендувати житло в інших населених пунктах, або жити у тимчасовому житлі, зокрема шелтерах і модульних будиночках, не призначених для тривалого перебування. Але питання в тому, як довго вони витримають у такому житлі і як швидко зможуть отримати краще <...>» [18]. Тому постраждалі живуть там де можуть. Якщо відновлення будинку можливе, то мешканці відбудовують його власними силами. Для переселенців у межах країни є виплати. За інформацією О. Капнік виплати зможуть отримати пенсіонери з пенсією не більше, ніж 9444 грн; люди з інвалідністю I та II груп, тяжкохворі, діти-сироти та без батьківського піклування та люди, які знаходяться у складних умовах. Але виплати не перевищують 3000 грн на місяць [13].

Не менш важливим є психологічне здоров'я. Під час війни люди відчують кілька видів стресу: гострий, віддалений, той, що стосується подальшого життя. До гострого належать – страх, паніка, шок; горе, щодо загибелі близьких людей або щодо фізичних травм; віддалений – тривожність, роздратованість, депресія, невпевненість у собі, агресія, панічні атаки; перспективи життя – апатія, втрата сенсу жити. Фахівці психології радять менше читати новини, абстрагуватися від поганих моментів життя, займатися спортом, гуляти на свіжому повітрі, вживати вітаміни, якщо стан критичний – звернутися до спеціаліста.

Також постає питання освіти. У 2019 році світ накрила пандемія Covid-19. Тоді люди не виходили з домівок, учні шкіл у тому числі. Зараз діти важко соціалізуються, знаходять спільну мову з однолітками та можуть комунікувати. Крім цього, через дистанційне навчання знизився рівень освіти. На сьогодні став дефіцит викладачів. «У 2024 році сфера освіти в Україні зазнала найбільшого дефіциту кадрів серед усіх галузей – не вистачало приблизно 25 тисяч

педагогічних працівників <...>» [17]. Система освіти вже застаріла та потребує оновлення як у викладацькому складі, так і в підручниках для навчання. У державних школах здебільшого викладають викладачі поважного віку, яким важко знайти спільну мову з сучасними учнями. Молодь не хоче працювати у державних закладах освіти через низьку заробітну плату. Цей аспект потребує перегляду та удосконалення.

У сучасних реаліях люди велику кількість часу перебувають в інтернеті, тому підіймається питання безпеки та медіаграмотності. Під час війни тривають бої не тільки на території країни, але й у мережі «Інтернет». Є користувачі, які розповсюджують фейки для того, щоб розводити паніку та боротьбу між людьми у межах країни, заводити їх в оману. Також у пресі все частіше поширюються клікбейки та створюються неправдиві медіа, які живляться емоціями людей. Особи, які читають інформацію в інтернеті, повинні володіти азами медіаграмотності, перевіряти той контент, який вживають та споживати якісні новини.

Суспільна довіра та справедливість. Політична та судова система постійно викликають запитань у жителів країни. Корупція, крадіжки та інші порушення щороку збільшуються та ці дії не постійно розкриваються або ж не має покараних.

Економічний стан країни та відбудова. Інфляція, збільшення цін на продукти, комунальні послуги, бензин тощо зростають швидше, ніж заробітні плати у людей. Систематична фінансова допомога від інших країн з одного боку рятує країну, а з іншого додає заборгованість України перед іншими державами. Відбудовувати зруйновані території доведеться не один десяток років.

Наслідки війни та екологія. Екологічний стан місцевості погіршився через систематичні дії російських військ: міни, бомби, ракети та інша зброя руйнують об'єкти, залишають після себе викиди шкідливих речовин, забруднюють повітря та нищать екосистему. Це все впливає на тривалість життя, хвороби та імунітет жителів як України, так і найближчих країн.

2.2. Аналіз інтерактивності у журналістиці за допомогою актуальних джерел

На думку А. Вінкот і К. Гріфін (A. Wincott, K. Griffin) [33], інтерактивність у радіожурналістиці — це система комунікації між журналістом та аудиторією, яка передбачає зворотний зв'язок, залучення слухачів до створення контенту, а також активну участь у його обговоренні. У сучасних умовах медіатрансформацій та цифровізації, інтерактивність стала ключовим чинником у підвищенні ефективності, актуальності та соціального впливу радіожурналістики.

Журналістка О. Зелінченко [10] зазначає, що 1 січня 1988 року на другому каналі «Промінь» Національної радіокомпанії України вийшла в етер перша пряма ранкова інформаційна програма. Уже в березні 1989 року там же з'являється ще один прямоефірний проєкт — інформаційно-музична програма «Контакт», що складалася з п'ятихвилинних випусків новин, вступного слова ведучого та музичних творів. Ці програми стали першими спробами переходу до інтерактивного формату, де згодом сформувалася модель спілкування «ведучий — слухач» або «ведучий — гість — слухач». Такі формати почали активно з'являтися на початку 1990 років. Цей етап розвитку українського радіомовлення справедливо вважається періодом становлення ролі ведучого як ключової постаті, що відкрила шлях для харизматичних, інтелектуально сильних, артистичних особистостей у радіожурналістиці.

Одним з інтерактивних аспектів радіожурналістики є дзвінки в прямому етері: «У практиці прямоефірного мовлення народилося ціле сімейство передач, у створенні яких почали брати участь самі слухачі. Це – прямі ефірні інтерв'ю, дискусійні обміни думками, радіопереклики, розповіді очевидців про події, телефонні розмови зі слухачами тощо <...>» [10].

Інтерактивні прямоефірні програми Національного радіо за структурою значною мірою наближені до європейських зразків і спираються на подібний «якісний підхід». До студії запрошують фахівців, які глибоко обізнані з темою обговорення і мають відповідну компетенцію. Слухачі, у свою чергу, мають можливість ставити запитання гостям і отримувати вичерпні, професійні

відповіді або практичні поради. Події коментують експерти, чий рівень освіти й досвіду дозволяє не лише аналізувати, а й робити обґрунтовані прогнози щодо подальшого розвитку ситуацій.

FM-радіостанції, як правило, не використовують такої практики. Радіоведучі цих станцій намагаються дотримуватися золоті середини — обговорюють теми, які не потребують спеціальної фахової підготовки, зокрема пов'язані з погодою, міжособистісними стосунками, дружбою, коханням тощо.

На початку та в середині 1990 років, коли інтерактивне ведення програм в Україні лише починало розвиватися, більшість комерційних радіостанцій певний час після заснування здійснювали мовлення у записі або без участі слухачів. Такий формат, що отримав назву «пасивне радіо», швидко потребував змін. Так, радіостанції поступово зрозуміли, що слухачі охоче долучаються до етеру, тому почали активно впроваджувати моделі двостороннього спілкування з аудиторією.

В останні 5–10 років ситуація докорінно змінилася. Завдяки цифровим технологіям, соціальним мережам і штучному інтелекту радіо трансформується у платформу двосторонньої комунікації, де слухач бере активну участь у створенні контенту.

Сьогодні інтерактивність у радіожурналістиці проявляється у трьох ключових формах: технологічній, соціальній та редакційній.

Нині вже важко уявити ефір без живих голосів слухачів, адже саме вони додають кожній передачі унікальності й емоційного забарвлення. Радіостанція, яка ігнорує можливість безпосередньої комунікації, фактично програє конкуренцію тим медіа, що активно взаємодіють зі своїми слухачами. Така участь є надзвичайно важливою: по-перше, аудиторія прагне бути співтворцем контенту, і саме це бажання підтримує інтерес до радіо як медіа. По-друге, етер, наповнений думками, запитаннями та коментарями реальних людей, є набагато цікавішим і дозволяє утримати увагу широкої публіки, формуючи відчуття спільності та залучення до діалогу.

Технологічна інтерактивність охоплює мобільні застосунки, голосування, QR-коди, персоналізовані стрічки новин тощо. Наприклад, німецький мовник *Bayerischer Rundfunk* запровадив модульне радіо, яке формує добірку новин залежно від геолокації та інтересів слухача [29]. Це наближає традиційне радіо до подкастів, але в режимі реального часу.

Соціальний вимір інтерактивності розкривається у залученні слухачів до обговорення важливих тем. За даними *Reuters Institute* (2025), майбутнє радіо залежить від здатності створювати інтерактивні платформи, зокрема з використанням ШІ [32]. Наприклад, у Беніні локальні радіостанції перетворюють слухачів на "інформаційних брокерів": громадяни діляться історіями та стають джерелами новин [29].

Редакційна інтерактивність змінює логіку створення програм. У США мережа *News12* інтегрувала QR-коди в радіоефіри: слухач може проголосувати або отримати додатковий контент [31]. Інтерактивні елементи стають повноцінною частиною програми. Журналіст уже не лише ведучий, а й модератор, співрозмовник, цифровий куратор. У деяких випадках його підтримує ШІ — аналізуючи реакції слухачів у реальному часі, система пропонує теми для обговорення або добирає музику [30].

Втім, інтерактивність ставить перед редакціями й нові завдання: зростає обсяг роботи з модерацією, фільтрацією повідомлень та уникненням конфліктних ситуацій. Найбільший ризик — втратити щирий контакт зі слухачем. Важливо, щоб інтерактивність залишалась засобом зміцнення діалогу, а не просто технічною прикрасою.

Крім того, інтерактивність має й практичне значення. Вона дає керівництву радіостанцій змогу краще розуміти свою аудиторію — її вік, соціальний статус, рівень освіти, інтереси та очікування. Така інформація часто є точнішою і глибшою за результати досліджень спеціалізованих соціологічних центрів.

Отже, якщо радіостанція прагне зміцнити свої позиції та розширити аудиторію, їй варто активно залучати слухачів до створення етеру та робити їх невіддільною частиною радіокомунікації.

2.3. Цільова аудиторія власного аудіопроєкту «Голос суспільства»

Аудіопроєкт розрахований на молодь від 16 до 35 років, які зацікавлені суспільною темою, хочуть почути думки фахівців щодо стану країни у сьогоденні та знайти для себе рішення проблем.

2.4. Структура і рубрикація аудіопроєкту «Голос суспільства»

«Голос суспільства» — це простір, де молоді люди відкрито говорять про виклики, думки та зміни, які формують нову реальність в Україні.

У проєкті представлено три короткі випуски, кожен тривалістю 4–5 хвилин.

Рубрики: екологія, молодь, спорт.

Для аудіопроєкту було створено три випуски.

У ході реалізації задуму було створено такі випуски, як «Еко-це модно чи відповідально?». У матеріалі піднімалась тема сортування сміття, яка є не лише трендом, а справжнім внеском у збереження довкілля. Для цього випуску були запрошені співзасновник громадської організації Zero Waste (Івано-Франківськ) – Михайло Веклин та двоє сортувальників Олена Коновалова – дівчина, яка сортує сміття вже 10 років та зробила це частиною свого життя. А також Андрій Лонюк розповів як це працює за кордоном. І ділиться, як ми можемо зацікавити людей змінювати звички.

У розмові порушувалися важливі теми, пов'язані з екологічними проблемами сучасності, необхідністю збереження природних ресурсів і шляхами зменшення шкоди довкіллю. Особливо важливо було почути думки експерта про те, як кожен із нас може впливати на збереження природи у повсякденному житті, а також які кроки варто робити на державному рівні для покращення екологічної ситуації в Україні.

Чоловік розповів про ідею створення, шлях та простір, де кожен охочий може здати вторсировину на переробку. А також М. Веклин проінформував щодо освітнього простору, який створений для того, щоб підлітки, школярі та дорослі не просто чули про сортування, а й навчились діяти.

У другому випуску підіймалось питання перебування молоді в Україні: «Не хочу виїжджати: чому молодь залишається в Україні?». Під час випуску було розкрито історії двох людей. Коментар давала Дарія — студентка з Івано-Франківська, навчається в коледжі фізичного виховання. Вона — спортсменка, яка з перших днів повномасштабного вторгнення активно волонтерить, допомагаючи тим, хто цього потребує. Дарія — донька військових, тож із дитинства розуміла ціну обов'язку перед країною. Особливо гостро ці відчуття проявляються сьогодні — в час великої війни. Також власною історією поділився військовий-реабілітолог із Херсонщини Віталій Матрунчик. Чоловік виїхав з рідного Херсону до Івано-Франківська. Три роки тому тут на Прикарпатті він відкрив реабілітаційний центр «Молодість». Крім цього, інформативною є розповідь викладача вищого професійного училища Наталія Івасюк. Жінка розповіла як освіта може стимулювати молодь будувати майбутнє саме в Україні.

Життя триває і під час війни, про це показувалось у третьому випуску. Люди зберігають себе під час війни завдяки хобі, одним з яких є і черліденг. Для спортсменів – це не просто захоплення, а сенс життя. «Тренування під сирену: як черлідери не здаються у час війни». Для цього випуску авторка роботи відвідала Чемпіонат України серед учнів та студентів, який відбувся у Львові. Тут думками та історіями поділились спортсменка та тренер. Софія Кривда – чемпіонка Європи, спортсменка СК «Flame» (м. Покровськ). Чемпіонка розповіла про свій досвід тренувань в умовах війни; Явір Надія – тренерка СК «Sрасе» (м. Дніпро). Тренерка щодня бачить, наскільки спорт допомагає не втратити віру й рівновагу — навіть тоді, коли здається, що світ хиткий. Що дає спорт дітям у кризовий час — пояснювала студентка факультету психології Валентина Салабай.

Цей аудіопроєкт буде продовжуватися реалізовуватися і надалі. Запланований випуск: «Життя мистецтва під час війни» – бесіда з викладачами хореографії.

Інтерактивності, які застосовувались у проєкті, – поширення та обговорення в інтернеті. Слухачі – чоловіки та жінки від 16 до 35 років, які прослуховували та коментували етери.

2.5. Формати аудіоматеріалів для проєкту

Формат аудіоматеріалів — поєднання короткого журналістського репортажу, нарису, синхронів (коментарів молоді або експертів) та авторської рефлексії.

Спочатку йде аудіо-заставка, де звучить мелодія, яка інтригує, з сучасними мотивами. Звукові ефекти: енергійна музика. Вступний слоган: «Українська молодь в нових реаліях». Після – музична пауза та знову текст: «Голос суспільства – авторський проєкт Вероніки Дудій» (0:00-0:16). (0:16-0:28) Вітальне слово ведучої: «Вітаю. З вами ведуча Вероніка Дудій, і це «Голос суспільства» – простір, де молоді люди відкрито говорять про виклики, думки та зміни, які формують нову реальність в Україні...» Сюжетна подача: опис конкретної ситуації – «Не хочу виїжджати з України: чому молодь лишається в Україні», фонові звуки: звуки природи та машин, коли запис був на вулиці. Також є драматургія: наростання динаміки, контрастність голосів і шумів для відчуття присутності. У випусках є монтаж: швидкий темп, короткі монтажні склейки, раптові паузи або переходи — для створення емоційного напруження. Закінчення – слова ведучої: «Україна – це не просто територія, це – люди. Ми з вами... З вами була Вероніка Дудій. Ви слухали «Голос суспільства» на Радіо Вежа».

Другий випуск починався аналогічно, вступний слоган: «Українська молодь в нових реаліях». Після – музична пауза та знову текст: «Голос суспільства – авторський проєкт Вероніки Дудій» (0:00-0:16). (0:16-0:28) Вітальне слово ведучої: «Вітаю. З вами ведуча Вероніка Дудій, і це «Голос суспільства» – простір, де молоді люди відкрито говорять про виклики, думки та зміни, які формують нову реальність в Україні...» Сюжетна подача: опис ситуації – сортування сміття: для чого потрібно, яким чином і т.д. На фоні

співрозмовника була музика, яка не заважала слухати інформацію. Під час запису на вулиці – було чутно звуки вулиці, машин, вітру. Завершення у всіх випусків аналогічне.

Третій випуск – Черлідінг під час війни. Початкові та завершальні заставки всюди однакові. Спецефекти – радісний голос дітей, дитячий крик, на задньому плані – розмова ведучої заходу, сміх учасників.

2.6. Технічні й програмні засоби

Для створення аудіоматеріалів необхідні: два мікрофони (для ведучого та героя); аудіоінтерфейс, перетворює аналоговий звук у цифровий і забезпечує якісний запис; навушники закритого типу, щоб уникати зайвих звуків під час запису; поп-фільтр та антивібраційний тримач для того, щоб зменшити вібрацію та шуми; комп'ютер для подальшого монтажу.

2.7. Сфера застосування та результати апробації

Результати дослідження можуть використовуватися у професійній діяльності радіожурналістів, редакторів і продюсерів радіоконтенту, а також у навчальному процесі вищих навчальних закладів за такими спеціальностями, як «Журналістика», «Медіакомунікації», «Масові комунікації». Матеріали цього дослідження доцільно використовувати для створення соціально орієнтованого контенту, спрямованого на актуалізацію суспільно важливих тем.

Апробації результатів дослідження відбулися під час проходження тематичної та переддипломної практик, яка відбувалась на базі практики ТРК «Вежа».

<https://www.vezha.org/golos-suspilstva-ne-hochu-vyyizhdzhaty-chomu-molod-lyshayetsya-v-ukrayini-audio/>

Станом на четверте червня аудіопроєкт прослухало 318 осіб, двоє з них вподобали сторінку. Коментарі – відсутні (Див.дод.1).

2.8. Висновки

Під час створення проєкту було проаналізовано дослідження щодо інтерактивності у радіожурналістиці. Інтерактивність у радіожурналістиці — це форма комунікації між журналістом і слухачем, що передбачає зворотний зв'язок, участь аудиторії в створенні контенту та його обговоренні. В умовах цифровізації вона стала ключовим чинником підвищення ефективності, актуальності та впливовості радіо.

Інтерактивне мовлення охоплює дзвінки слухачів, участь у дискусіях, коментування подій тощо. Національне радіо орієнтується на європейські стандарти, запрошуючи до студії компетентних гостей, які надають фахові відповіді. FM-станції зазвичай обирають легші теми, що не потребують глибокої спеціалізації.

Поява інтерактивності стала переломним моментом для комерційних станцій, які спершу працювали без участі слухачів. Сьогодні ж прямий контакт із аудиторією — ключ до успіху. Це не лише забезпечує якісний контент, а й дає радіостанціям змогу краще пізнати свою цільову аудиторію.

Визначились із платформою проєкту. Усі випуски розмістились на платформі ТРК «Вежа».

Визначили цільову аудиторію аудіопроект. Аудіопроект розрахований на молодь від 16 до 35 років.

Продумали структуру і рубрикацію аудіопроект. Рубрики: екологія, молодь, спорт. Структура – 3 радіовипуски, кожен з них до п'яти хвилин.

Створили та розмістити аудіоматеріали на платформі.

Емпіричним шляхом перевірити роботу проєкту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бідочко Л. Центр досліджень «Детектор медіа» на National Media Talk презентував аналіз дезінформації про вразливі групи українців. Детектор медіа. URL: <https://ms.detector.media/revyu-monitoringiv/post/33207/2023-10-13-tsentr-doslidzhen-detektora-media-na-national-media-talk-prezentuvav-analiz-dezinformatsii-pro-vrazlyvi-grupy-ukraintsiv/> (Дата звернення: 27.02.2025)
2. Бондаренко К. Ціни на продукти зросли вдвічі, і це не межа: що буде 2025 року – прогноз економіста. ТСН. URL: <https://tsn.ua/exclusive/cini-na-produkti-virosli-vdvichi-i-ce-ne-mezha-scho-bude-2025-roku-prognoz-ekonomista-2729139.html> (Дата звернення: 02.02.2025)
3. Бондаренко Т. Основні технології формування аудиторії сучасного радіо. Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. Київ, 2017. Вип. 19. С. 32-36.
4. Бонгаертс Е. Українські реалії: відчуття невідомості та що можна сказати напевно. СД Платформа <https://sdplatform.org.ua/blogs/ukrreal> (Дата звернення: 06.03.2025)
5. Денисевич О. Радіо в мовній картині світу українців. Журналістика в системі соціокомунікаційної діяльності. Житомир, 2018. Вип. 3 (29). С. 29-35.
6. Гаврилюк О. Специфіка роботи радіожурналіста: виклики сьогодення. Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. Київ, 2015. № 7-8 (6). С. 128-132.
7. Гоян О. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник / Київський національний університет імені Т. Шевченка. Київ: ВЦ «Київський університет», 2004. 190 с.
8. Грабовська В. Трамп створив ще дві проблеми: амереканцям можуть завдати шкоди не тільки мита. URL: https://24tv.ua/donald-tramp-vviv-mitayaki-naslidki-tsi-diyi-matimut-dlya-amerikantsiv_n2794048 (Дата звернення: 02.02.2025)

9. Заверющенко О. Радіопередачі як ефективний засіб вивчення української мови. Харків. С. 1-3.
10. Зелінченко О. Інтерактивність як основа «живого» радіомовлення: історія виникнення та важливість упровадження соціального замовлення аудиторії. URL: <https://surl.li/ohhlxg> (Дата звернення: 27.02.2025)
11. Єгорова А. «Не відкладайте здоров'я на після перемоги». Про що говорять популяризатори науки в умовах війни. Детектор медіа. URL: <https://cs.detector.media/community/texts/185487/2023-06-16-ne-vidkladayte-zdorovya-na-pislya-peremogy-pro-shcho-govoryat-populyaryzatory-nauky-v-umovakh-viyny/> (Дата звернення: 06.03.2025)
12. Єгорова А. Режисерка Анастасія Тиха: «Ми виринаємо з війни в роботу і назад». Детектор медіа. URL: <https://cs.detector.media/community/texts/185462/2023-06-02-rezhyserka-anastasiya-tykha-my-vyrynaemo-z-viyny-v-robotu-i-nazad/> (Дата звернення: 06.03.2025)
13. Капнік О. Виплати для ВПО: хто отримуватиме допомогу від 1 січня 2025 року. ТСН. URL: <https://tsn.ua/groshi/viplati-dlya-vpo-hto-otrimuvatime-dopomogu-vid-1-sichnya-2025-go-2731482.html> (Дата звернення: 12.03.2025)
14. Карамушка Л. Психічне здоров'я особистості в умовах війни: як його зберегти та підтримати : метод.реком. / Національна академія педагогічних наук України. Київ, 2024. 48 с.
15. Мікула В., Кузнєцова Т. Не тільки «Охматдит»: росіяни атакували щонайменше 1800 медзакладів під час війни. Слідство інфо. URL: <https://www.slidstvo.info/news/ne-tilky-okhmatdyt-rosiiany-atakuvaly-shchonaymenshe-1800-medzakladiv-pid-chas-viyny/> (Дата звернення: 06.03.2025)
16. Мінчук А. Ранковий радіоефір: добірка авторських матеріалів : квал.роб. / Сумський державний університет. Суми, 2021. 62 с.

17. Нестача вчителів: освіта очолює список галузей за браком кадрів в Україні. Профспілка працівників освіти і науки України. URL: <https://surl.li/ycmvgd> (Дата звернення: 12.03.2025)
18. Олійник С. Соціальне житло в Україні: що не так і що з цим робити. URL: <https://rehouse.org.ua/counsellor/sotsialne-zhytlo-v-ukrayini-shcho-ne-tak-i-shcho-z-tsym-robyty> (Дата звернення: 06.03.2025)
19. Руденко О., Тимофєєв І. Мігранти покращать життя в Україні? Демограф пояснив, чим загрожує їхній наплив. Telegraf. URL: <https://news.telegraf.com.ua/ukr/ukraina/2024-10-15/5881612-migranti-pokrashchat-zhittya-v-ukraini-demograf-poyasniv-chim-zagrozhue-ikhniy-napliv> (Дата звернення: 27.03.2025)
20. Сиротенко О., Єгорова А. Військова справа для мирних людей. Чого навчають у Центрах готовності цивільних від фонду Притули. Детектор медіа. URL: <https://cs.detector.media/community/texts/185392/2023-04-29-viyskova-sprava-dlya-myrnykh-lyudey-chogo-navchayut-u-tsentrah-gotovnosti-tsyvilnykh-vid-fondu-pryuly/> (Дата звернення: 25.04.2025)
21. Тягнирядно Л. Пам'яті Романа Ратушного. Як ініціатива «Захистимо Протасів Яр» продовжує справу активіста. Детектор медіа. URL: <https://cs.detector.media/community/texts/185529/2023-07-14-pamyati-romana-ratushnogo-yak-initsiatyva-zakhystymo-protasiv-yar-prodovzhuie-spravu-aktyvista/> (Дата звернення: 25.04.2025)
22. Тягнирядно Л. Підсумки та тренди року в громадському секторі. Опитування експертів. Детектор медіа. URL: <https://cs.detector.media/community/texts/185808/2024-01-04-pidsumky-ta-trendy-roku-v-gromadskomu-sektori-opytuvannya-ekspertiv/> (Дата звернення: 25.04.2025)
23. Чорна О. Ксенія Дітчук: Комунікації громадських організацій – не важче, ніж продавати хліб, бо він людям потрібен, а зміни – ні. Детектор медіа. URL: <https://cs.detector.media/community/texts/185256/2023-03-16-kseniya->

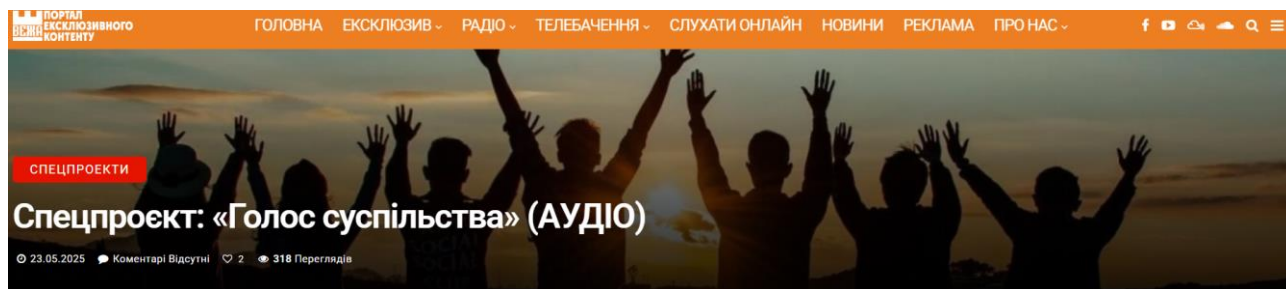
[ditchuk-komunikatsii-gromadskykh-organizatsiy-tse-vazhche-nizh-prodavaty-khlib-bo-vin-lyudyam-potriben-a-zminy-ni/](#) (Дата звернення: 12.05.2025)

24. Чорна О. Психологиня Світлана Чухініна: Волонтерство – це спосіб упоратися з почуттям загрози й почуватися частиною спільноти. Детектор медіа. URL: <https://cs.detector.media/community/texts/185334/2023-04-09-psykhologynya-svitlana-chunikhina-volonterstvo-tse-sposib-uporatysya-z-pochuttyam-zagrozy-y-pochuvatysya-chastynoyu-spilnoty/> (Дата звернення: 25.04.2025)
25. Шевченко П. Дешевих продуктів не буде. Коли зупиниться зростання цін в Україні. NV. URL: <https://surl.li/iftbpf> (Дата звернення: 12.05.2025)
26. Шляхи врегулювання міграції, сприйняття трудових мігрантів і відновлення в Україні. IOM Un migration| global data institute Displacement tracking matrix, 2024
27. Як підпільний рух спротиву «Жовта стрічка» на окупованих територія. Детектор медіа. URL: <https://cs.detector.media/community/texts/185354/2023-04-17-yak-diie-pidpilnyy-rukhsprotyvu-zhovta-strichka-na-okupovanykh-terytoriyakh/> (Дата звернення: 12.05.2025)
28. Grätz T. Interactive Radio Shows and the Role of New Information Brokers in the Republic of Benin. Global Media Journal. German, 2025. V. 14. N. 2. P.1-21.
29. Case Study: How Bayerischer Rundfunk Used Modular Journalism to Personalize Radio News Based on Location <https://journalists.org/resources/case-study-how-bayerischer-rundfunk-used-modular-journalism-to-personalize-radio-news-based-on-location/> (Дата звернення: 12.03.2025)
30. Mclane P. Special Report: AI Case Studies in Radio. Radioworld <https://www.radioworld.com/tech-and-gear/special-report-ai-case-studies-in-radio> (Дата звернення: 12.05.2025)

31. News 12 builds local news formula for interactive broadcasts
<https://tagboard.com/case-studies/news-12-builds-local-news-formula-for-interactive-broadcasts/> (Дата звернення: 12.05.2025)
32. Newman N., Cherubini F. Journalism, media, and technology trends and predictions 2025 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>
33. Wincott A., Kathleen C. Interactivity beyond the Newsroom: a study of the interactive relationship in two BBC radio productions. In: Public Service Media in the Digital Age. Cambridge Scholars Publishing, Cambridge, 2013. P. 69-88.

ДОДАТКИ

Додаток А. Результати аудіопроєкту



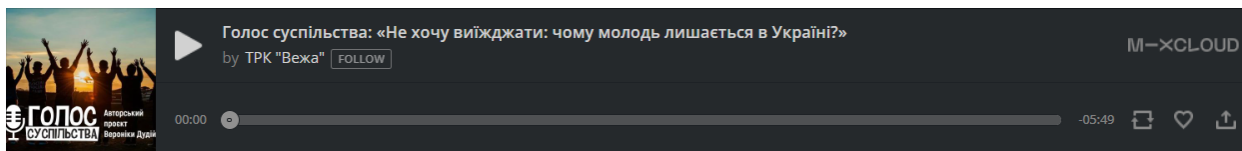
Додаток Б. Аудіовипуски на платформі ТРК «Вежа»

🎙️ "Голос суспільства"

📌 Епізод: Не хочу виїжджати: чому молодь лишається в Україні?

У цьому випуску «Голосу суспільства» з Веронікою Дудій — історії Дарії, волонтерки й доньки військових; Віталія, реабілітолога з Херсонщини, який допомагає ветеранам; та викладачки Наталії, яка вірить в силу освіти. Це розмова про обов'язок, віру і рішучість. Бути тут — означає діяти!

👂 Слухай і надихайся прикладами тих, хто змінює країну зсередини. 💙💛



♻️ Сортувати — означає дбати.

У новому епізоді «Голосу суспільства» з Веронікою Дудій 🎙️ говоримо про вибір, який починається з кожного з нас.

- 🟢 Михайло Веклін створив першу громадську сортувальну станцію в Івано-Франківську.
- 🟡 Олена Коновалова вже 10 років свідомо сортує відходи.
- 🟢 Андрій ділиться прикладами з-за кордону та пояснює, як змінювати звички креативно.

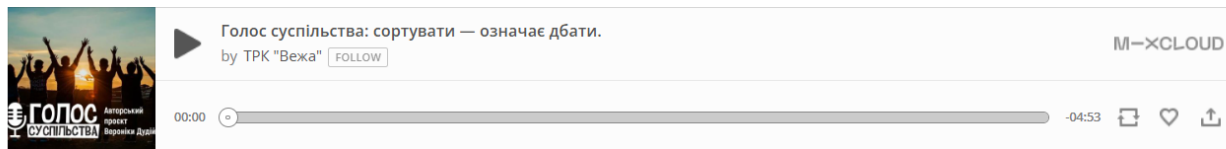
🗑️ 90% відходів в Україні — на сміттєзвалищах. Але одна батарейка, здана правильно, 💧 зберігає сотні літрів води.

Один кілограм паперу 📄 — рятує дерево 🌳.

Ми не зможемо змінити все одразу. Але можемо почати з малого — з себе.

🌱 Адже великі зміни виростають із простих рішень: розділив 🍷, здав ♻️, зробив свідомий вибір 💡.

👂 Вмикай «Голос суспільства» на Радіо Вежа 📻 — і будь тим, хто творить чисте завтра вже сьогодні!



«Голос суспільства» — про тих, хто не здається.

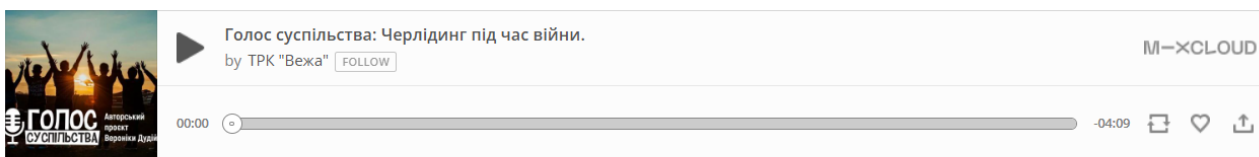
Цей епізод про юних черлідерів, які тренуються навіть під сирену 🚨.

- 🏆 Софія Кривда з Покровська — чемпіонка Європи.
- 👊 Надія Явір, тренерка з Дніпра, розповідає, як підтримувати дітей у найтяжчі моменти.
- 💡 А психологиня Валентина Салабай пояснює, чому спорт — це ще й емоційна стабільність.

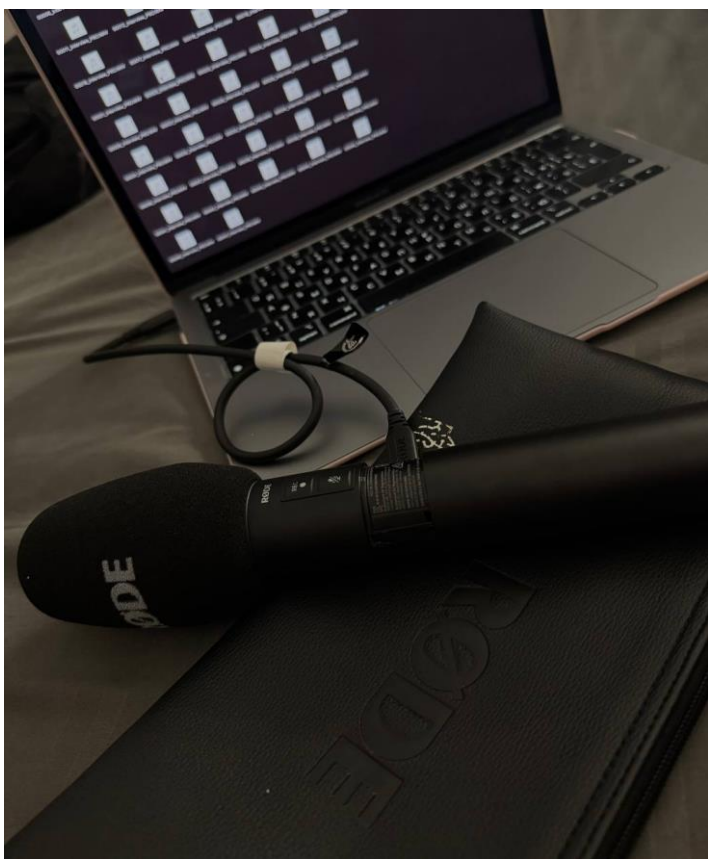
На тлі війни 🇺🇦 наші черлідери здобувають світові перемоги — 6 золотих медалей на Євро-2023 🏆 та першу історичну ліцензію на Всесвітні Ігри 2025 🌐.

Це більше, ніж спорт. Це — вибір лишатися сильними, надихати інших і нести світло навіть у темні часи. ✨

👂 Слухай і переконайся, що справжня сила починається з духу.



Додаток В. Процес підготовки випусків





АНОТАЦІЯ

Дудій В.-А. Інтерактивність як інструмент висвітлення суспільно-важливих тем: аудіопроект «Голос суспільства»

Ключові слова: аудіопроект, Голос суспільства, проблеми українців, суспільні проблеми, життя під час війни, радіо для молоді.

Аудіопроект «Голос суспільства» — це простір, де молоді люди відкрито говорять про виклики, думки та зміни, які формують нову реальність в Україні. У проєкті представлено три короткі випуски, кожен тривалістю 4–5 хвилин.

Рубрики: екологія, молодь, спорт. Для аудіопроекту було створено три випуски.

У ході реалізації задуму було створено такі випуски, як «Еко-це модно чи відповідально?». У матеріалі піднімалась тема сортування сміття, яка є не лише трендом, а справжнім внеском у збереження довкілля. У другому випуску підіймалось питання перебування молоді в Україні: «Не хочу виїжджати: чому молодь залишається в Україні?». Під час випуску було розкрито історії двох людей. Життя триває і під час війни, про це показувалось у третьому випуску. «Тренування під сирену: як черлідери не здаються у час війни». Формат аудіоматеріалів — поєднання короткого журналістського репортажу, нарису, синхронів (коментарів молоді або експертів) та авторської рефлексії.

Інтерактивності, які застосовувались у проєкті, — поширення та обговорення в інтернеті. Слухачі — чоловіки та жінки від 16 до 35 років, які прослуховували та коментували етери.

Dudiy V.-A. Interactivity as a tool for covering socially important topics: the audio project “Voice of Society”

Keywords: audio project, Voice of Society, problems of Ukrainians, social problems, life during war, radio for youth.

The audio project “Voice of Society” is a space where young people openly talk about the challenges, thoughts and changes that shape the new reality in Ukraine. The project presents three short issues, each lasting 4–5 minutes.

Categories: ecology, youth, sports. Three issues were created for the audio project.

During the implementation of the idea, such issues as “Eco-is it fashionable or responsible?” were created. The material raised the topic of waste sorting, which is not just a trend, but a real contribution to environmental protection. The second issue raised the issue of young people’s stay in Ukraine: “I don’t want to leave: why do young people stay in Ukraine?”. The stories of two people were revealed during the issue. Life goes on even during war, this was shown in the third issue. “Training to the Siren: How Cheerleaders Don’t Surrender in Time of War.” The format of the audio materials is a combination of a short journalistic report, an essay, voiceovers (comments by youth or experts) and the author’s reflection.

The interactivity used in the project is dissemination and discussion on the Internet. The listeners are men and women aged 16 to 35 who listened to and commented on the broadcasts.