

---

**TELEVISION AND RADIO**

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2019.75.6>

UDC 379.823:004.52:316.77(477.64)

## **Sound Image of a Regional Radio Program in the Context of Basic Trends in Development of Media Market**

**Pavlo Miroshnychenko**

*PhD. (philol. sci), Associate Professor*

*Department of Journalism, Zaporizhzhia National University  
66 Zhukovskiy Str., Zaporizhzhia, 69600, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [pavlomirosh15@gmail.com](mailto:pavlomirosh15@gmail.com)*

### **ABSTRACT**

The main objective of the study is to determine the typical and peculiar features of the sound image of regional radio station programs in the context of basic trends of development of media industry. The scientific article used the method of analysis of actual scientific information on the research topic, which facilitated to develop its concept. Also, the methods of interpreting data of sociological researches, monitoring and comparative analysis of sound image of radio programs submitted to the Tenth Context of Professional Journalism “Honor of Profession 2019” were applied.

The programs of public regional broadcaster, the Internet and FM stations actively use the so-called “trends” of media industry – genre hybridity, tendency to convergence, multiplatform specifics, visualization, purely technical accessibility to the listener. The programs of the Public Radio are characterized by considerable timing that is traditional for literary and artistic programs of the former state radio and its stylistics and manner of material’s presentation. These properties of the sound image cause the questions regarding communicative effectiveness of such programs, as tempo and rhythm of the modern life have accelerated.

The programs of regional online radio and FM stations have small timing and use the principle “rip and read” in their material presentations. Their sound images are less because of expressive means. The lack of regional broadcasters in the contest final can indirectly demonstrate their certain information and technological gap with the media industry leaders.

The “traditions” in sound image designing of radio programs are established by the practice of daily informing that simplifies and accelerates production of information product. Simultaneously, the routine and template in the approaches to sound images designing do not

encourage to heighten interest of the audience to the radio as a source of relevant and interesting information.

**KEYWORDS:** radio broadcasting; radio program; sound image; trends of journalism.

УДК 379.823:004.52:316.77(477.64)

## **Звуковий образ регіональної радіопрограми в контексті провідних тенденцій розвитку медіаринку**

*Мірошніченко Павло Васильович, кафедра журналістики, Запорізького національного університету к. філол. н., доцент*

### **Резюме**

Мета статті – визначити типові та своєрідні риси звукового образу програм регіональних радіостанцій у світлі останніх тенденцій розвитку галузі. У науковій розвідці використано метод аналізу актуальної наукової інформації з теми розвідки, що посприяло виробленню її концепції. Було застосовано методи інтерпретації даних соціологічних, власне медіаметричних, досліджень, моніторингу та порівняльно-зіставного аналізу звукових образів радіопрограм, поданих на Десятий конкурс професійної журналістики «Честь професії 2019».

Програми суспільного регіонального мовника, інтернет і FM-станцій активно використовують так звані «тренди» мас-медійної галузі – жанрову гібридність, тяжіння до конвергентності, мультиплатформності, візуалізації, суто технічної доступності до слухача. Програми Суспільного радіо відзначаються особливою часовою розлогістю, традиційною для літературно-мистецьких передач колишнього державного радіо, стилістикою та манерою подання матеріалу, що з огляду на темпоритм сучасного життя викликає питання стосовно їхньої комунікативної ефективності. Програмам регіональних інтернет-радіо, як і FM-станції, притаманні невеликий хронометраж, принцип подання матеріалу «рви та читай», скупіший за виражальними засобами звуковий образ. Брак у фіналі конкурсу регіональних радіомовників непрямо може свідчити про певне світоглядне та смакове його відставання від лідерів галузі.

«Традиції» в конструюванні звукового образу радіопрограми усталені самою практикою щоденного інформування, що спрощує та прискорює виробництво продукту. Водночас типовість і шаблонність у роботі не сприяє зростанню аудиторного зацікавлення радіо як джерелом актуальної та цікавої інформації.

**Ключові слова:** радіомовлення; радіопрограма; звуковий образ; тренди журналістики.

### **Мірошніченко П.В. Звуковой образ региональной радиопрограммы в контексте ведущих тенденций развития медиарынка**

Цель статьи – определить типичные и своеобразные черты звукового образа программ региональных радиостанций в свете последних тенденций развития отрасли. В материалах использован метод анализа актуальной научной информации по теме, что способст-

вовало вироботке концепції статті. Були применені методи інтерпретації даних соціологічних досліджень, моніторингу і порівняльно-сопоставительного аналізу звукового образу радіопрограм, представлених на Десятий конкурс професійної журналістики «Честь професії 2019».

Програми громадського регіонального мовця, інтернет і FM-станцій активно використовують так називані «тренди» галузі мас-медіа – жанрову гібридність, тяготеє до конвергентності, мультиплатформності, візуалізації, чисто технічної доступності для слухача. Програми «Суспільного радіо» відрізняються особливою часовою розтягнутістю, традиційною для літературно-художественних передач колишнього державного радіо стилістикою і манерою подачі матеріалу. В зв'язі з прискоренням темпа і ритму сучасної життя вищеперелічені властивості програм викликають питання щодо їх комунікативної ефективності. Програмам інтернет-радіостанцій, як і FM-каналів, притаманні в цілому невеликий хронометраж, принцип подачі матеріалу «рви і читай», скупець по виразним засобам звукового образу. Відсутність в фіналі конкурсу програм регіональних мовців косвенно може свідчити про певний світоглядний і смаковий відставання від лідерів галузі.

«Традиції» в конструюванні звукового образу радіопрограми, збережені завдяки практиці щоденного інформування, спрощають і прискорюють виробництво продукту. В той же час типовість і шаблонність в роботі не сприяє зростанню аудиторського інтересу до радіо як джерела актуальної і цікавої інформації.

**Ключові слова:** радіомовлення; радіопрограма; звуковий образ; тренди журналістики.

## 1. Вступ

За даними моніторингу Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, що тривав з листопада 2018 р. до лютого 2019 р., «українські радіостанції перевиконують квоти пісень і програм українською мовою та збільшили їхню частку, порівняно з минулим роком» [1]. Результати моніторингу свідчать про те, що в ефірі місцевих і регіональних радіостанцій «кожна друга пісня лунає українською мовою, середній показник – 52%. Це на 4 відсоткових пункти більше, порівняно з минулим роком, і на 17 відсоткових пунктів більше, ніж вимагає закон» [1]. Позитивна динаміка, на думку представників Нацради з питань телебачення і радіомовлення, зберігається й у веденні програм українською мовою: їх середній обсяг в ефірі регіональних і місцевих мовників становить 93%. Тобто, «це на 1 відсотковий пункт більше, ніж минулого року, і на 33 відсоткових пункти більше норми закону» [1]. Судячи з наведених даних, закон про «мовні квоти» виявився-таки одним із найефективніших знарядь для конструювання національно іманентного звукового образу програм українського радіомовлення.

Поступове збільшення частки пісень і програм українською мовою, чого вимагає закон, не викликало відтоку аудиторії та зменшення рекламних інвестицій. А про це, зокрема, йшлося в дискусійних виступах і заявах так званих «лідерів думок» стосовно запровадженої законодавчої норми [2].

Фахівці мас-медійної галузі фіксують гарні позиції радіомовлення на ринку, яке «демонструє найвище охоплення аудиторії при найнижчій вартості контакту», «серйозно розширює свої комунікаційні можливості завдяки створенню інтернет-каналів та вдосконаленню контенту» [3]. Варто хіба що зауважити, що йдеться у цитованому матеріалі про «важковаговика» українського радіопростору – комерційного музично-розважального FM-мовника, члена потужних медіахолдингів.

А як справи із законодавчими вимогами мовного квотування та «цифровими трендами» мас-медійної галузі у суспільного й регіональних радіомовників? Яких формально-змістових особливостей під впливом окреслених вище тенденцій набув звуковий образ їх програм? Зазначені питання, що підкреслюють актуальність теми цієї наукової розвідки, слід вважати її завданнями. Мета статті – визначити типові та своєрідні риси звукового образу програм регіональних радіостанцій у світлі останніх тенденцій розвитку галузі.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Стосовно природи й іманентних властивостей звукового образу радіомовлення чимало праць українських дослідників радіожурналістики більшою чи меншою мірою стосувалися певних аспектів цієї теми. Зокрема формулюванню поняття «звуковий образ», специфіці історичного розвитку українського радіомовлення в річищі способів і форм сполучення словесної виразності та музично-шумових ефектів у конкретних програмах, видах і формах мовлення присвячені роботи І. Маценка [4; 5], І. Хоменка [6] та ін. Вивчення звукового образу комерційного радіо, його комунікаційної ефективності є сферою наукових зацікавлень О. Гояна [7]. Когнітивно-комунікативний потенціал системи виражальних засобів радіожурналістики, звуковий образ зокрема, досліджує Ю. Любченко [8]. Автор цієї статті видав монографію, що отримала схвальні рецензії авторитетних дослідників, на основі аналізу традицій і тенденцій науково-теоретичного та міждисциплінарного вивчення звукового образу радіо, запропонувавши до обігу нове трактування поняття [9]. Тож, надалі у цій статті «звуковий образ» слід розуміти як «синтезований комплекс виражальних засобів (мова, музика та шуми) зі стабільно високим потенціалом сугестивно-інтенціонального впливу на масову аудиторію, який безпосередньо залежить від мети комунікатора та мотивів, потреб і інтересів слухачів» [9, 49].

Українські дослідники теорії й історії радіожурналістики чималу увагу надають найрізноманітнішим питанням функціонування радіомовлення. Питання сутнісних характеристик регіонального радіо, його типології, особливостей взаємодії регіонального мовника з аудиторією є в центрі наукових зацікавлень Ю. Костюка [10; 11], Т. Гиріної, Ю. Любченко та ін. Останнім часом науковці звертаються до проблем ефективного функціонування галузі в умовах конвергентності, а отже, впливу інших медіа на специфіку діяльності радіостанцій, її трансформацію відповідно до актуальних вимог часу й аудиторії. Науковці Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка розглядають і почасти аналізують основні тенденції розвитку українського радіомовлення в умовах глобалізації медіаринку, виявляють найпомітніші для останніх років зміни в системі вітчизняного радіо [12], реалії та перспективи візуалізації радіопрограм [13]. Про візуалізацію радіоінформації як журналістський тренд говорить Ю. Любченко [14].

У свіжих публікаціях Т. Гиріної простежується чітке зацікавлення станом і перспективами трансформаційних процесів у сфері українського міжнародного радіомовлення. Дослідниця наголошує, що «найбільші зміни стосувались цих організацій (міжнародних радіокомпаній – авт.) в аспектах цифровізації, візуалізації, медіатизації діяльності, що в окремих випадках стало передумовою відмови знаних медіакомпаній від потокового радіомовлення, аж до повного заміщення радіоконтенту візуальними та текстовими матеріалами» [15, 162]. Ці зміни науковиця пов'язує з потребою новітнього радіомовлення тісніше взаємодіяти з власною аудиторією: «Для радіомовлення популяризація подібних пристроїв (персональних портативних – авт.) відкрила шлях до мультиплатформового позиціонування та взаємодії з аудиторією, надання інформації слухачеві, а відтоді ще й користувачеві» [16, 182]. Безперечно, з огляду на стабільно невисокі рейтинги програмного продукту українських ефірних радіостанцій цифрові технології та тренди конвергентної журналістики можуть змінити ситуацію з прослуховуванням радіо на краще.

### 3. Методи дослідження

У статті застосовано метод аналізу актуальної наукової інформації з теми розвідки, що посприяло виробленню її концепції. Було використано методи інтерпретації даних соціологічних, власне медіаметричних, досліджень, моніторингу та порівняльно-зіставного аналізу звукових образів радіопрограм, поданих на Десятий конкурс професійної журналістики «Честь професії 2019».

### 4. Результати і обговорення

За даними соціологічних досліджень, у 2018 р. радіомовлення пасло задніх серед традиційних і новітніх медіа як джерело актуальної інформації. Автори національного опитування «Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа в Україні (2018 р.)» відзначають традиційно лідерські позиції телебачення з-поміж мас-медіа, зокрема в аудиторному сегменті 46+ [17]. Неабияк збільшилася, за спостереженнями соціологів, аудиторія інтернетівських медіа. Це стосується як новинарних сайтів, так і соціальних мереж. Зокрема, відзначають дослідники, «онлайн-медіа залишаються більш популярними серед молодшої аудиторії – сайтами новин більше користується аудиторія 18-45, аудиторія соціальних мереж трохи молодша – до 35 років» [17].

Серед споживачів радіопродукту, що взяли участь в опитуванні, 92% слухають переважно програми загальнонаціональних станцій, 27% – регіональних [17]. За даними авторів соціологічного дослідження, «регіональні радіостанції найбільш розповсюджені у Львівській (83%), Вінницькій (60%), Одеській (52%) та Сумській (45%) областях» [17]. Отже, українці 2018 р. склали аудиторію переважно загальнонаціональних медіа.

З-поміж усеукраїнських радіостанцій споживачі насамперед обирають програми музично-інформаційних каналів: «Хіт FM», «Шансон» і «Авторадіо» [17]. Водночас у дослідженні зафіксоване зростання популярності як джерела новин Першого каналу «UA: Суспільне»: від 8-9% упродовж 2015-2017 рр. до 13% 2018 р. [17].

Якщо говорити про такий важливий показник ефективності роботи медіа як довіра до нього з боку аудиторії, то регіональним і загальнонаціональним радіостанціям слухачький загал здебільшого довіряє (34% і 39% опитаних відповідно) [17]. Серед причини недовіри до радіомовлення як джерела інформації респонденти назвали передусім вигляд інформації як недостовірної, однобоке подання новин, недостатність фактів, невідповідність тематики потребам споживача [17]. Зрештою, це основні причини недовіри опитаних до всіх медіа.

На думку учасників опитування, регіональному радіомовленню бракує насамперед місцевих новин і розважальних матеріалів [17].

В аналітичному звіті за результатами всеукраїнського опитування громадської думки «Джерела інформації, медіаграмотність і російська пропаганда», проведеного на замовлення ГО «Детектор медіа» Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС) 2019 р., радіомовлення як джерело інформації поступилося не тільки телебаченню й онлайн-вим медіа, а «родичам, друзям, сусідам, колегам і знайомим» [18].

Число радіопрограм, поданих на цьогорічний, вже десятий, конкурс професійної журналістики «Честь професії», суголосне вищезазначеним тенденціям поступової втрати радіожурналістикою лідерських позицій у царині інформування аудиторії. Так, у номінації «Громадянська позиція» зі 142 журналістських матеріалів лише 6 були радіопрограмми.

Інтернет-радіо Запорізького національного університету «Юніверс» представило один з випусків проекту «НЕумовно» – «Тризуб-FM»: голос, сильніший за зброю» (<http://www.konkurssmi.org/works/1/5750/>). В основі проблемного нарису – інтерв'ю з Василем Мезенцовим, волонтером, ініціатором створення радіостанції «Тризуб-FM» у с.

Карлівка, що на Донеччині. Мова програми – українська. Звуковий образ простий – авторська оповідь чергується з прямою мовою героя на тлі нейтральної мелодії, що не перешкоджає сприйняттю інформації. Водночас слід зауважити, що музичний підклад не зникає й тоді, коли говорить герой програми. Здається, що елементи акустичного середовища (бо інтерв'ю, явно, позастудійне) могли би додати програмі барв, а для її слухача посилили ефект присутності. Хронометраж – 5 хвилин 23 секунди. Мовлення автора ритмічне, середнього темпу. Цей випуск, як і весь проєкт «НЕумовно», легко знайти на сайті радіостанції «Юніверс» (<http://universe.zp.ua/?p=18544>).

«Українське радіо «Рось» ПАТ «НСТУ» «Черкаська регіональна дирекція» представило програму «27 років незалежності України: незалежні люди – незалежна держава» з циклу «Тема дня» (<http://www.konkurssmi.org/works/1/5664/>). Це так звані «історії успіху» – проблемні нариси на основі студійного інтерв'ю, однак за формальними ознаками це, радше, кореспонденція. Зрештою, за умов подальшої жанрової «гібридизації» в практичній журналістиці чітко визначити жанр сучасних радіопрограм дуже непросто. Провідні теми цього випуску – розбудова громадянського суспільства, ініціативність людей, зокрема переселенців, децентралізація, загалом, чотири історії, які мають надихати. Програма темпова, з музичним тлом хоч і нейтральним, але ритмічним. Підклад не зникає і під час прямої мови героїв і героїнь, перебивки не ідентифікують програму. Мова – українська. Мовлення автора (Івана Лили) ритмічне, темп вищий за середній, манера подання матеріалу радше інформаційна (новинарна). Хронометраж програми близько 27 хвилин, що з огляду на приписи теорії про кризи слухацької уваги зменшує шанси матеріалу бути не лише прослуханим, а й почутим.

«Українське радіо: Миколаїв» ПАТ «НСТУ» «Миколаївська регіональна дирекція» представило програму «Місія: нести світло» (<http://www.konkurssmi.org/works/1/5581/>). В основі цієї документальної композиції – розмова з капеланом 36 бригади морської піхоти м. Миколаєва Андрієм Зелінським про службу та служіння, військові та воєнні будні. Звуковий образ програми складний. У її тканині використано безліч шумових і звукових ефектів (звуки моря, пострілів, крики чайок, схвальні вигуки натовпу, присяга військових тощо), які добре передають ефект присутності, тому ця програма має ознаки й репортажу. Мова передачі українська. Мовлення її авторки (Тетяни Бакоцької) добре ритмізоване, його темп нижчий за середній. Певна наспівність укупі з ліризмом в інтонуванні, притаманні манері мовлення журналістки, цілком відповідають духові художньо-документального радіомовлення, але в невибагливого радіослухача можуть асоціюватися з надмірною манірністю, награністю. Цікаво, що попри, здавалося б, продуманість і складність звукового образу цієї програми, музичний підклад і під час прямої мови героя не зникає. Сам авторський текст, порівняно з документальним матеріалом і низкою стилетворчих виражальних засобів, відіграє меншу роль. Хронометраж програми немалий – близько 26 хвилин.

«Українське радіо: Запоріжжя» ПАТ «НСТУ» «Запорізька регіональна дирекція» представило програму радіоциклу «Палітра» (<http://www.konkurssmi.org/works/1/5457/>). Це портретне інтерв'ю з лауреаткою Національної премії імені Тараса Шевченка за 2018 р., письменницею Еммою Андіївською. Звуковий образ програми традиційний, відповідний за стильовими ознаками літературно-мистецьким програмам колись державного «Українського радіо», – нейтральний, мінорний музичний підклад, який, до речі, зникає під час прямої мови героїні, легка й лірична музична інтродукція. Мова програми українська. Мовлення її авторки (Оксани Гладій) ритмічне, темп середній. Безумовно, вирашною рисою звукового образу цієї програми є густе та пристрасне контральто героїні, її темпераментне та соковите мовлення. Зрозуміло, що в захопленій і цікавій розповіді Еми Андіївської є неабияка заслуга авторки програми. Хронометраж – 30 хвилин.

«FM Галичина» представило матеріал «Нотатки під кулями» з мотиваційної програми «Люди дії» (<http://www.konkurssmi.org/works/1/5349/>). Це портретний нарис з ознаками документальної композиції, бо слова автора не відіграють важливої ролі – автор лише представляє героя, який самостійно розповідає про все. Герой програми – Влад Якушев, керівник прес-служби 14-ї окремої механізованої бригади ОК «Захід», який видав книжку про військову службу. Звуковий образ програми простий – авторські слова слугують обрамленням прямої мови героя. Музичний підклад нейтральний і мінорний. Мова програми українська. Мовлення автора (Святослава Дрбчука) ритмічне, темп вищий за середній, манера подання радше інформаційна (новинарна). Хронометраж – 14 хвилин 20 секунд. Програму можна легко знайти й на сайті радіостанції.

Традиційний для інформаційних програм Суспільного радіо звуковий образ має матеріал «Українські румуни та українці в Румунії» з програми «Точка дотику» ПАТ «НСТУ» «Чернівецька регіональна дирекція» (<http://www.konkurssmi.org/works/1/5206/>). Це студійне інтерв'ю, в якому беруть участь громадські активісти, студенти з Чернівців, з Румунії, представники румунської громади. До розмови, за перебігом якої можна спостерігати за допомогою відеотрансляції, залучено телефонні дзвінки та коментарі у фейсбуці радіостанції. Мова програми українська. Хронометраж – близько 39 хвилин.

## 5. Висновки

Програми суспільного регіонального мовника, інтернет і FM-станцій активно використовують так звані «тренди» мас-медійної галузі – жанрову гібридність, тяжіння до конвергентності, мультиплатформності, візуалізації, суто технічної доступності до слухача. Програми Суспільного радіо відзначаються особливою часовою розлогістю, традиційною для літературно-мистецьких передач колишнього державного радіо стилістикою та манерою подання матеріалу, що з огляду на темпоритм сучасного життя викликає питання стосовно їхньої комунікаційної ефективності. Програмам регіональних інтернет-радіо, як і FM-станцій, притаманні загалом невеликий хронометраж, принцип подання матеріалу «рви та читай», скупіший за виражальними засобами звуковий образ.

Варто відзначити, що програми, представлені в номінації «Громадянська позиція» Десятого конкурсу професійної журналістики «Честь професії 2019», за певними винятками, є відображенням щоденної, до певної міри рутинної роботи редакцій радіостанцій, журналістів з виробництва хоч і актуального за змістом, однак не завжди яскравого за формою продукту. Жодна з проаналізованих регіональних радіопрограм не потрапила до списку фіналістів. Зрештою, у фіналі конкурсу регіональних радіомовників немає зовсім. Представлено лише спільний проект «Радіо «Свобода» і телеканалу «UA: Перший» «Схеми. Корупція в деталях», що непрямо може свідчити про певне світоглядне та смакове відставання регіонального радіовиробника від лідерів галузі.

«Традиції» в конструюванні звукового образу усталені самою практикою щоденного інформування, а якщо говорити про програми Суспільного мовника, то й історичним досвідом його потужного попередника – державного Національного радіо. З одного боку, безперечно, це спрощує та прискорює виробництво радіопрограм, адже її авторам не треба вдаватися до не завжди надійних експериментів із звуковим образом, що дає змогу заощадити власну психоемоційну енергію. З другого боку, типовість і шаблонність у роботі над звуковим оформленням програми не сприяє зростанню аудиторного зацікавлення радіо як джерелом актуальної та цікавої інформації. Зрештою, на окрему увагу в наступних дослідженнях заслуговує саме діагностування слухачького сприйняття звукового образу регіональних радіопрограм.

## References

1. Zakusylo, M. (2019), “Radio stations have increased the number of songs and programs in Ukrainian – the National Council (INFOGRAPHICS)”, *DetectorMedia*, available at: <https://detector.media/rinok/article/164258/2019-03-20-radiostantsii-zbilshili-kilkist-pisen-i-program-ukrainskoyu-movoyu-natsrada-infografika/> (accessed 10 April 2019).
2. ZAHID.NET (2016), “Quota on Ukrainian-language songs: the arguments for and against. The thoughts of Ukrainian musicians are divided”, available at: [http://zaxid.net/news/showNews.do?kvoti\\_na\\_ukrayinomovni\\_pisni\\_za\\_ta\\_proti&objectId=1387218](http://zaxid.net/news/showNews.do?kvoti_na_ukrayinomovni_pisni_za_ta_proti&objectId=1387218) (accessed 10 April 2019).
3. DetectorMedia (2019), “Hit FM” has become the most rating radio station”, available at: <https://detector.media/rinok/article/163890/2019-03-06-khit-fm-stala-naireitingovishoyu-radiostantsieyu/> (accessed 10 April 2019).
4. Mashchenko, I. H. (2006), *Encyclopedia of Online Media Outlets: in Two Volumes*, vol. 1, Dyke Pole, Zaporizhzhia, 384 p.
5. Mashchenko, I. H. (2006), *Encyclopedia of Electronic Media Outlets: in Two Volumes*, vol. 2, Dyke Pole, Zaporizhzhia, 512 p.
6. Khomenko, I. A. (2014), *Artistic Radio Broadcasting and Movement to Open Society (Social Functionality of Dramatic Radio Art: a Manual*, National Taras Shevchenko University of Kyiv, Kyiv, 381 p.
7. Hoian, O. Ya. (2005), *Commercial Radio Broadcasting: Journalism and Entrepreneurship on the Airwaves: a Monograph*, Institute of Journalism, Kyiv, 319 p.
8. Liubchenko, Yu. V. (2016), *Expressive System of Radio Journalism: a Monograph*, AA Tandem, Zaporizhzhia, 192 p.
9. Miroshnychenko, P. V. (2017), *A Sound Image of Ukrainian Radio Broadcasting as a National-Cultural Phenomenon: a Monograph*, ZNU, Zaporizhzhia, 328 p.
10. Kostiuk, Yu. V. (2014), “Typological characteristics of the modern regional broadcasting”, *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky [Scientific Notes of Institute of Journalism]*, issue 56, pp. 30-34.
11. Kostiuk, Yu. V. (2015), “Interaction of the regional radio station and the audience”, *Derzhava ta Rehiony. Seriya: Sotsial'ni Komunikatsiyi [State and Regions. Series: Social Communications]*, issue 2, pp. 94-98.
12. Hoian, V. & Hoian, O. (2018), “Ukrainian public and commercial radio broadcasting: the first results of coexistence”, *Tele- ta Radiozhurnalistyka [TV and Radio Journalism]*, issue 17, pp. 13-21.
13. Nahorniak, M. (2015), “Video component of spoken programs on the Ukrainian network radio stations: realities and perspectives”, *Tele- ta Radio Zhurnalistyka [TV and Radio Journalism]*, issue 14, pp. 214-220.
14. Liubchenko, Yu. (2015), “Visualization of information on the modern radio”, *Derzhava ta Rehiony. Seriya: Sotsialni Komunikatsiyi [State and Regions. Series: Social Communications]*, issue 3, pp. 54-57.
15. Hyrina, T. (2018), “Transformation and convergence in the activities of the Ukrainian editions of international radio stations”, *Visnyk KhDAK [Bulletin of KhSAC]*, issue 53, pp. 158-168.
16. Hyrina, T. (2018), “The interface of globalization of convergent Ukrainian-language radio broadcasting”, *Visnyk KhDAK [Bulletin of KhSAC]*, issue 52, pp. 179-188.
17. Internews-Ukraine (2018), *Attitudes of the Population to Mass Media and Consumption of Different Types of Mass Media in Ukraine (2018)*, 55 p., available at:



[https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS\\_FULL\\_UKR.pdf](https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS_FULL_UKR.pdf)  
(accessed 28 May 2019).

18. Kiev International Institute of Sociology (2019), *Sources of Information, Media Literacy and Russian Propaganda: The Results of All-Ukrainian Public Opinion Poll: Analytical Report*, 75 p., available at: [https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/164308/AReport\\_Media\\_Feb2019\\_v2.pdf](https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/164308/AReport_Media_Feb2019_v2.pdf) (accessed 28 May 2019).

Submitted on 01.06.2019

## Список літератури

1. «Радіостанції збільшили кількість пісень і програм українською мовою – Нацрада (ІНФОГРАФІКА)». URL: <https://detector.media/rinok/article/164258/2019-03-20-radiostantsii-zbilshili-kilkist-pisen-i-program-ukrainskoyu-movoyu-natsrada-infografika/> (дата звернення: 10.04.2019).
2. Квоти на україномовні пісні: за та проти. Думки українських музикантів розділились. URL: [http://zaxid.net/news/showNews.do?kvoti\\_na\\_ukrayinomovni\\_pisni\\_za\\_ta\\_proti&objectId=1387218](http://zaxid.net/news/showNews.do?kvoti_na_ukrayinomovni_pisni_za_ta_proti&objectId=1387218) (дата звернення: 10.04.2019).
3. «Хіт FM» стала найрейтинговішою радіостанцією». URL: <https://detector.media/rinok/article/163890/2019-03-06-khit-fm-stala-naireitingovishoyu-radiostantsieyu/> (дата звернення: 10.04.2019).
4. Машенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа: у 2 т. Т. 1: Всесвітній відеоаудіолітопис. Запоріжжя: Дике Поле, 2006. 384 с.
5. Машенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. Том 2: Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіо, кіно, відео, аудіо. Запоріжжя: Дике Поле, 2006. 512 с.
6. Хоменко І. А. Художнє радіомовлення і рух до відкритого суспільства (соціальна функціональність драматичного радіомистецтва): навчальний посібник. Київ: Київський нац. ун-т, 2014. 381 с.
7. Гоян О. Я. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоєфірі: Монографія. Київ: Інститут журналістики, 2005. 319 с.
8. Любченко Ю. В. Виразальна система радіожурналістики: монографія. Запоріжжя: АА Тандем, 2016. 192 с.
9. Мірошниченко П. В. Звуковий образ українського радіомовлення як національно-культурний феномен: Монографія. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 328 с.
10. Костюк Ю. В. Типологічні характеристики сучасного регіонального радіомовлення // Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Вип. 56. С. 30–34.
11. Костюк Ю. В. Взаємодія регіональної радіостанції та аудиторії // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2015. Вип. 2. С. 94–98.
12. Гоян В., Гоян О. Українське суспільне і комерційне радіомовлення: перші підсумки співіснування// Теле- та радіожурналістика. 2018. Випуск 17. С. 13–21.
13. Нагорняк М. Відеоскладник розмовних програм на українських мережевих радіостанціях: реалії та перспективи// Теле- та радіожурналістика. 2015. Випуск 14. С. 214–220.
14. Любченко Ю. Візуалізація інформації на сучасному радіо // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2015. Випуск 3. С. 54–57.

15. Гиріна Т. Трансформація та конвергенція в діяльності українських редакцій міжнародних радіостанцій. Вісник ХДАК. Випуск 53. 2018. С. 158–168.
16. Гиріна Т. Інтерфейс глобалізації конвергентного україномовного радіомовлення» // Вісник ХДАК. Випуск 52. 2018. С. 179–188.
17. Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні (2018 р.). URL: [https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS\\_FULL\\_UKR.pdf](https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS_FULL_UKR.pdf) (дата звернення: 28.05.2019).
18. Джерела інформації, медіаграмотність і російська пропаганда. URL : [https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/164308/AReport\\_Media\\_Feb2019\\_v2.pdf](https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/164308/AReport_Media_Feb2019_v2.pdf) (дата звернення: 28.05.2019).

Надійшла до редколегії 02.06.2019.