

Іванова Валерія – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика» факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – Завальнюк І.Я. доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

ЯНА КОГУТ

РАДІОРОЗВАГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ НАСТРОЮ АУДИТОРІЇ: КЕЙС «ХЕППІ РАНОК НА ХІТ FM»

Радіо часто називають «театром розуму» через його здатність створювати яскраві образи та сцени, використовуючи лише звук. Воно має силу інформувати, навчати та розважати, що робить його цінним інструментом для просування культурного різноманіття та обміну ідеями. Радіо може охоплювати віддалені та ізольовані громади, слугувати платформою для маргіналізованих та вразливих груп, а також бути джерелом освіти та інформації для людей різного віку [4].

Сила радіо полягає в його здатності об'єднувати людей, інформувати та навчати, розважати та зв'язувати. Люди різного віку та походження слухають свої улюблені радіостанції з різних причин: одні через останні новини, інші заради зворушливої пісні, а ще інші просто через легкий гумор. І радіо стало саундтреком до їхнього повсякденного життя.

Оскільки суспільство стає все більш взаємопов'язаним, роль радіо у забезпеченні доступу до точної та неупередженої інформації стає дедалі важливішою. У контексті збройних конфліктів, політичної напруженості та інших видів криз радіо може відігравати вирішальну роль у просуванні принципів мирного співіснування, сприяння розвитку діалогу та взаєморозуміння між різними групами та створення платформи для інклюзивного та мирного спілкування.

Виникнення радіо пов'язують з іменем Дж. Марконі наприкінці XIX століття. Однак радіо почало широко використовуватися лише після 1920 року. Регулярні радіопередачі в Україні розпочалися в 1924 році і спочатку з'явилися в Харкові, потім у Києві, Дніпрі та Одесі. На ранніх етапах розвитку радіо називали безпаперовою

газетою, оскільки на той час не було персональних радіоприймачів, до яких ми звикли, а радіопередачі транслювалися за допомогою гучномовців, встановлених на вулицях та площах [3, с. 412].

У часи конфліктів та криз радіо також може надавати життєво важливу інформацію. Наприклад, екстрені повідомлення, інструкції з безпеки та повідомлення про останні події. Ця особливість радіо може бути особливо важливою у віддалених або важкодоступних районах, де доступ до інших форм зв'язку може бути обмежений.

У сучасному світі, де інформація загалом легкодоступна, радіо залишається важливим засобом обміну новинами та інформацією, надаючи освітні та розважальні можливості для тих, хто не перебуває в економічно не вигідному становищі. Завдяки широкому спектру можливостей – від надання платформи для участі громади до сприяння свободі слова – радіо було і продовжує бути важливим засобом комунікації між окремими особами та громадами.

Крім того, інтернет надав радіо нову особливість – транскордонну особливість, тобто в цьому випадку для радіомовлення немає територіальних кордонів (актуально для будь-якої радіостанції, що працює в онлайн-форматі). Завдяки Інтернет-платформі воно може транслювати свої програми в регіонах, де немає радіостанцій, і таким чином залучати додаткову аудиторію [1, с. 68]. Багато дослідників погоджуються, що цю особливість радіо можна назвати унікальною.

Радіо вже понад століття є невід'ємною частиною нашого повсякденного життя, надаючи нам платформу для інформації, освіти, розваг та різноманітних ідей та поглядів. Незважаючи на зростаючу важливість цифрових медіа, радіо залишається потужним інструментом для просування принципів миру, демократії та захисту прав людини. Воно залишається важливим засобом комунікації в багатьох частинах світу. У зв'язку з цим важливо зосередити нашу увагу на аналізі конкретних радіопрограм, що дозволяє виявити особливості їхнього змісту та структурної побудови. Зокрема, як приклад розглянемо ранкове шоу «Хеппі Ранок» на Хіт FM.

Ефір ранкової радіопрограми «Хеппі Ранок» на Хіт FM від 3 квітня 2026 року демонструє типовий формат сучасного ранкового шоу, поєднуючи розважальний контент, інтерактив зі слухачами та короткі інформативні блоки, яким спрямовані на створення позитивного емоційного фону на початку дня. Ведучі: Аліна Кош, Рома Мельник та Марина Войцеховська, формують динамічну комунікативну модель, у якій розмова має невимушений характер, близький до дружнього спілкування, що є головним елементом залучення аудиторії.

Ефір починається з характерної мотивуючої фрази «тримаємо настрій, тримаємо дух», яка задає загальний тон шоу: легкий,

оптимістичний та емоційно піднесений. Вже на початку програми ведучі переходять до обговорення незвичайної тварини – окапі, що є прикладом використання інформативної, але водночас нестандартної інформаційної пропозиції. Такий вибір теми сприяє зацікавленості слухача та створює простір для жвавих коментарів та гумористичних реакцій.

Наступний тематичний блок – це історія про караоке-таксі в Запоріжжі, яка також належить до категорії «легких» новин. Такі матеріали виконують подвійну функцію: вони інформують слухача про цікаві події та, водночас, слугують основою для жартів та імпровізацій, підтримуючи розважальний характер програми.

Структура програми включає інтерактивні елементи, зокрема, словесні ігри зі слухачами, в яких пропонуються схожі слова. Такий формат сприяє активній участі аудиторії та створює відчуття причетності до програми. Крім того, програма містить короткі доповнення-нагадування про ведучих, які допомагають підтримувати контакт зі слухачем та структурувати програму.

Важливу роль відіграють регулярні інформативні розділи: гороскопи та прогнози погоди для всіх знаків зодіаку. Вони виконують роль традиційних елементів ранкового шоу, відповідають очікуванням аудиторії та додають практичну користь. У цьому випадку гороскоп виступає універсальним розважально-інформаційним сегментом, що поєднує загальні поради з ігровими елементами та коментарями.

Гумористична складова програми представлена через імпровізації ведучих та стендап Марини Войцеховської. Гумористичні коментарі на побутові теми, асоціативні вислови та легкий абсурд створюють невимушену атмосферу, що є характерною рисою формату. Зокрема, окремі висловлювання та нотатки на тему «пліток» чи «мозкового штурму» слугують короткими гумористичними акцентами, що підтримують ритм та емоційну рівновагу програми.

Закінчення програми логічно підсумовується останнім рядком «з вами був Хеппі Ранок». Загалом, програма демонструє гармонійне поєднання інформативних, інтерактивних та розважальних елементів, де головну роль відіграють легкість подачі, гумор та постійна взаємодія зі слухачем.

Ранкова радіопрограма «Хеппі Ранок» на Хіт FM від 31 березня 2026 року, ведучими якої є Аліна Кош, Рома Мельник та Марина Войцеховська вирізняється своїм розважальним та інформативним характером, з акцентом на створенні позитивного емоційного настрою та залученні слухачів до інтерактивної взаємодії. Тема програми підготовка до Великодня, роздуми про щастя та презентація музичної інновації за участю гості студії – співачки

TAYANNA, яка представила прем'єру пісні «Потоками». Програма традиційно починається з фрази «тримаємо настрій, тримаємо дух», яка виступає маркером програми.

Зміст програми побудовано навколо певної теми: підготовка до Великодня та розмови про щастя як окрему категорію, яка не має матеріального виміру. Ведучі діляться своїми думками про щастя, підкреслюючи його суб'єктивність та багатогранність, що додає до програми елемент особистої рефлексії. Ці дискусії органічно поєднуються з гумористичними доповненнями, що допомагають зберегти легкість та комфорт презентації.

Виступ музичної гості – TAYANNA відіграє важливу роль у структурі шоу. Вона не лише презентує нову композицію «Потоками», а й ділиться історією її створення. Її участь доповнюється бліц-опитуванням, яке робить розмову більш динамічною та інтерактивною, а також виконує вступну функцію ознайомлення глядачів з новим музичним матеріалом.

Структурно шоу доповнено регулярними розділами, включаючи каламбур з глядачами, в якому учасникам пропонується вибрати слова без використання споріднених форм. Такий сегмент забезпечує активну взаємодію з глядачами та підтримує ефект прямого ефіру. Крім того, є традиційні інформаційні блоки, що складають звичну організацію ранкового шоу: гороскоп, прогноз погоди та короткі нагадування про ведучих.

Гумористична складова одна з головних особливостей шоу. Це реалізується через імпровізації ведучих, стендап Марини Войцеховської та каламбури Роми Мельника, які додають шоу легкості та гумору. Гумористичні мовні ігри та асоціації створюють невимушену атмосферу протягом усього епізоду та привертають увагу слухача. У програмі також порушуються актуальні соціальні спостереження, зокрема, схильність молоді повертатися до батьківських домівок, представляючи їх у сатиричному тоні.

Загалом, ефір від 31 березня 2026 року демонструє гармонійне поєднання тематичних напрямків, де головна тема Великодня та щастя поєднується з музичною подачею, інтерактивними та гумористичними елементами. Така структура забезпечує баланс між інформацією та розвагами, а також допомагає створити позитивний емоційний фон, відповідно до головної мети ранкового радіоформату.

Здебільшого ефіри відрізняються між собою насамперед тематичним наповненням і тим, які змістові акценти виходять на перший план у конкретному випуску. Структура програми є мотиваційним початком, чергуються блоки розмов, інтерактивність зі слухачами та гумористичні доповнення.

Тематична спрямованість змінюється від епізоду до епізоду: легкі та цікаві новини, місцеві та міжнародні історії, сезонні та святкові теми. Деякі програми включають музичні виступи та взаємодію із запрошеними артистами, що додає до програми елементи події та урізноманітнює контент.

В інших епізодах ігрові сегменти та взаємодія з аудиторією займають центральне місце, що посилює інтерактивний характер шоу. Незважаючи на відмінності в темах, стиль презентації та загальний тон програми залишається незмінними: легкий, розслаблений, активне використання гумору, імпрровізація та діалог між ведучими. Тематична варіація поєднується зі стабільною формою, яка забезпечує баланс між різноманітністю контенту та передбачуваною структурою кожного окремого шоу, дозволяючи програмі залишатися яскравою, адаптивною та цікавою для широкої аудиторії.

Отже, радіорозваги є дієвим інструментом формування емоційного стану аудиторії, оскільки поєднують музику, гумор, інтерактив і живе спілкування в єдиному комунікаційному просторі. На прикладі програми «Хеппі ранок на Хіт FM» простежується, як завдяки динамічному формату, позитивній тональності контенту та активному залученню слухачів створюється відчуття причетності й підвищується загальний настрій аудиторії. Такий формат сприяє не лише розвазі, а й емоційній підтримці слухачів, особливо в умовах інформаційного напруження. Відтак радіорозважальні програми залишаються важливим сегментом сучасного медіапростору, здатним впливати на щоденне самопочуття та емоційний баланс аудиторії.

Список використаних джерел

1. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: підручник. Київ: ВЦ «Київський університет», 2004. 190 с.
2. Досенко А. К., Гандзюк В.О. Сучасний медійний дискурс: підходи до типологізації. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. С. 200-204.
3. Шугайло Я. В. Засоби масової інформації: історичні аспекти розвитку. 2018. С. 410 – 415.
4. Mediasat.info. Всесвітній день радіо: що відомо про свято та деякі цікаві факти про радіомовлення. URL: <https://mediasat.info/uk/2023/02/13/vsesvitnij-den-radio-2023/> (дата звернення: 06.04.2026).
5. Хеппі Ранок. Ефір від 3 квітня. URL: <https://www.hitfm.ua/ranok/22170-kheppi-ranok-efir-vid-31-bereznia/> (дата звернення: 06.04.2026).

6. Хеппі Ранок. Ефір від 31 березня.
URL:<https://www.hitfm.ua/ranok/22178-kheppi-ranok-efir-vid-3-kvitnia/> (дата звернення: 06.04.2026).

Когут Яна – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика» факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.
Науковий керівник – Гандзюк В.О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, декан факультету філології й журналістики імені Михайла Коцюбинського.

МАКСИМ КОРЧЕВНИЙ

ТЕМАТИЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ РАЙОННОЇ ПРЕСИ В УМОВАХ ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «ТРУДОВА СЛАВА» ЗА 2025 РІК)

Сучасне інформаційне середовище зазнало суттєвих змін, що вплинуло на зміст і структуру газети як медійного продукту. Газета «Трудова слава» як репрезентант регіональної преси акцентує сьогодні здебільшого на висвітленні локальних подій, соціально-економічному розвитку та культурній тематиці.

Специфіка тематики, жанрів, структури регіональних медіа неодноразово поставали предметом дослідження в сучасному журналістикознавстві. Засадничим є, зокрема, наукове дослідження А. Данилець «Регіональні медіа України в умовах війни: виклики та трансформації» [1], у якому окреслено специфіку функціонування локальних засобів масової інформації. За даними українських громадських організацій «Media Development Foundation» та «Internews Ukraine», які займаються стратегічним розвитком незалежних медіа, можна констатувати, що більшість українських редакцій на сьогодні змушені трансформуватися, обираючи актуальну тематику й прилаштовуючись до нових соціальних викликів [7, с. 18–22].

Концептуально-тематична трансформація змінює структуру періодичних видань, наукових праць та аналітичних звітів, адже в умовах воєнного стану зростає роль і соціального контенту. Наразі спостерігаємо дефіцит досліджень, присвячених локальним виданням, їхній тематичній специфіці, актуальній проблематиці. Це зумовлює актуальність пропонованої наукової статті.