

**Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет управління
Кафедра журналістики**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему «Організація та проведення онлайн-інформаційної акції»

Виконав: студент групи ЖР22-2
спеціальності 061 «Журналістика»
Приходько Д.В.

Керівник:
к.соц.н., доцент Кодацька Н.О.

Дніпро 2026

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему:

«Організація та проведення онлайнної інформаційної акції»

Виконавець: студент групи ЖР 22-2 Приходько Д. В.

Керівник: к.соц.н., доцент Кодацька Н. О.

Кваліфікаційна робота: 60 с., 14 рис., 16 джерел.

Інформаційна акція на тему: «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації».

Мета кваліфікаційної роботи розробити і реалізувати онлайнну інформаційну акцію на тему «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації» (до 100-річчя початку власного радіомовлення на Придніпров'ї).

Актуальність і новизна інформаційного продукту полягають у тому, що проєкт є першою задокументованою спробою системного осмислення дніпровського радіомовлення як явища регіональної культурної пам'яті у форматі відкритого цифрового ресурсу. Мультимайданчиковий формат акції - поєднання власного вебресурсу з публікаціями на платформі ДОО НСЖУ і сайті університету дозволяє охопити аудиторію за межами міста, зокрема переміщених дніпрян в Україні і за кордоном.

Зміст інформаційної акції: тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення», що включає три змістових блоки про початок дніпровського радіомовлення, повоєнний розвиток і сучасний стан ефіру, а також розділ спогадів ветеранів радіо; авторські публікації.

Інформаційний продукт опублікований на платформі Google Sites (<https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history>), на сайті Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів та на офіційному сайті Університету митної справи та фінансів.

Ключові слова: радіожурналістика, регіональне радіомовлення, медіаісторія, документальна веб-журналістика, Дніпро, культурна пам'ять, онлайнна інформаційна акція.

SUMMARY

qualification work on the topic:

«Organization and implementation of an online information campaign»

Author: student of the group ZHR 22-2 Prykhodko D.V.

Supervisor: Ph.D. in Social Sciences, Associate Professor N. O. Kodatska.

Qualification work: 60 pages, 14 figures, 16 sources.

Information campaign on the topic: “The Past and Present of Dnipro Radio: From the Search for Truth to Fast Information.”

The purpose of the qualification work is to develop and implement an online information campaign on the topic “The Past and Present of Dnipro Radio: From the Search for Truth to Fast Information” (dedicated to the 100th anniversary of the beginning of independent radio broadcasting in the Prydniprovia region).

Relevance and novelty of the information product: the project represents the first documented attempt at a systematic reflection on Dnipro radio broadcasting as a phenomenon of regional cultural memory in the format of an open digital resource. Unlike scattered archival materials and academic publications, the website «Dnipro Radio Broadcasting» brings together documentary, visual, and textual materials on the century-long history of regional radio in a single accessible space. The digital format makes it possible to reach audiences beyond the city, including displaced Dnipro residents in Ukraine and abroad.

The content of the information product: the thematic website «Dnipro Radio Broadcasting», comprising three content sections covering the origins of Dnipro broadcasting, post-war development, and the current state of regional radio, as well as a section featuring memoirs of radio veterans; the authored publications.

The information product is published on the Google Sites platform (<https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history>), on the website of the Dnipropetrovsk Regional Organisation of the National Union of Journalists, and on the official website of the University of Customs and Finance.

Keywords: radio journalism, regional radio broadcasting, media history, documentary web journalism, Dnipro, cultural memory, online information campaign.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1	8
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ ОНЛАЙНОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АКЦІЇ ДО 100-РІЧЧЯ ПОЧАТКУ ВЛАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ НА ПРИДНІПРОВ'І.....	8
РОЗДІЛ 2	17
ВИХІДНІ УМОВИ ДЛЯ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АКЦІЇ ДО 100-РІЧЧЯ ПОЧАТКУ ВЛАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ НА ПРИДНІПРОВ'І: ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПРОСУВАННЯ, РЕСУРСИ.....	17
РОЗДІЛ 3. ОНЛАЙНОВА ІНФОРМАЦІЙНА АКЦІЯ ДО 100-РІЧЧЯ ПОЧАТКУ ВЛАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ НА ПРИДНІПРОВ'І: ЕТАПИ СТВОРЕННЯ, ІНСТРУМЕНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ.....	29
ІНФОРМАЦІЙНА АКЦІЯ НА ТЕМУ «МИНУЛЕ І СУЧАСНЕ ДНІПРОВСЬКОГО РАДІО. ВІД ПОШУКУ ІСТИНИ ДО ШВИДКОЇ ІНФОРМАЦІЇ» (ДО 100-РІЧЧЯ ПОЧАТКУ ВЛАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ НА ПРИДНІПРОВ'І).....	35
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61

ВСТУП

Регіональне радіомовлення в Україні є одним із тих явищ медіакультури, що залишається недостатньо осмисленим у науковому і документальному вимірі, особливо коли йдеться про конкретні міста з їхньою унікальною ефірною історією. Дніпро, розвинуте промислове місто з населенням понад мільйон осіб, протягом десятиліть формував власний радіопростір, що відображав одночасно загальнонаціональні тенденції і специфіку регіону. Однак жодного системного медіаісторичного дослідження або документального медіапродукту, присвяченого саме дніпровському радіо, на сьогодні не існує.

Актуальність роботи визначається збігом кількох чинників. В умовах повномасштабної збройної агресії росії зросла суспільна увага до регіональних медіа: за даними дослідження Info Sapiens, проведеного на замовлення Суспільного мовлення у 2023 році, щотижнева аудиторія радіо в Україні становить 54% населення, а попит на місцевий контент у прифронтових і прилеглих містах суттєво збільшився. Технологічна трансформація ринку та перехід аудиторії до цифрових платформ відкривають нові можливості для документального контенту про регіональне радіо [1]. Дніпро як місто стало одним із центрів прийому внутрішньо переміщених осіб: за даними Суспільного Дніпро, станом на грудень 2023 року у місті мешкало 182 тисячі зареєстрованих переселенців, а значна частина самих дніпрян перебуває за межами міста, і для цих людей відкритий цифровий ресурс є способом підтримати зв'язок із рідним містом через його культурну пам'ять.

Теоретичним підґрунтям роботи є наукові праці О. Я. Гояна, В. В. Лизанчука, В. Я. Миронченка, І. Г. Мащенко, М. В. Нагорняк, Т. С. Гириної, Н. Хрустик, Ю. П. Єлісovenка та інших дослідників у галузі радіожурналістики, медіаісторії та теорії документальних жанрів. Практичним орієнтиром слугували зразки документальних вебресурсів і медіаісторичних онлайн-проектів українських і зарубіжних медіаорганізацій [4].

Мета кваліфікаційної роботи полягає у розробці і реалізації онлайнної інформаційної акції на тему «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації» (до 100-річчя початку власного радіомовлення на Придніпров'ї).

Завдання кваліфікаційної роботи:

-проаналізувати наукові розробки у галузі радіожурналістики і медіаісторії та обґрунтувати актуальність проведення онлайнної інформаційної акції на тему «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації»;

-визначити цільову аудиторію інформаційної акції, обґрунтувати вибір каналів просування і описати ресурсні витрати на реалізацію;

-описати поетапний процес розробки і наповнення вебсайту, визначити інструменти реалізації акції та сформулювати рекомендації щодо подальшого розвитку проекту;

-створити тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення» і опублікувати добірку авторських матеріалів про 100-річчя дніпровського радіо на платформі ДОО НСЖУ та на сайті університету.

Інформаційна акція на тему «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації» (до 100-річчя початку власного радіомовлення на Придніпров'ї) реалізована у таких форматах: тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення» (<https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history>) та добірка авторських матеріалів, опублікованих на платформі Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів і на сайті університету.

Новизна інформаційної акції полягає у тому, що проєкт є першою задокументованою спробою системного осмислення дніпровського радіомовлення як явища регіональної культурної пам'яті у форматі відкритого цифрового ресурсу. На відміну від розрізнених архівних матеріалів і наукових публікацій, вебсайт «Дніпровське радіомовлення» збирає в єдиному доступному просторі документальний, візуальний і текстовий матеріал про столітню історію

регіонального радіо. Цифровий формат дозволяє охопити аудиторію за межами міста, зокрема переміщених дніпрян в Україні і за кордоном.

Практичне значення інформаційної акції. Вебсайт «Дніпровське радіомовлення» оприлюднено у лютому 2026 року і доступний за адресою <https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history>. Станом на березень 2026 року ресурс отримав 412 унікальних відвідувачів на місяць із середнім часом перебування 3 хвилини 17 секунд. Авторська публікація «Сто років у ефірі» розміщена на сайті ДОО НСЖУ і забезпечила 69 переходів на вебресурс проєкту [14]. Матеріали проєкту можуть бути використані як навчальний контент для курсів регіональної журналістики і медіаграмотності, а сам проєкт є відтвореною моделлю для документування медіаісторії інших українських міст.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, пояснювальної записки, що включає три розділи, інформаційного продукту, висновків і списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 60 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ ОНЛАЙНОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АКЦІЇ ДО 100-РІЧЧЯ ПОЧАТКУ ВЛАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ НА ПРИДНІПРОВ'І

Огляд наукових розробок за темою кваліфікаційної роботи.

Дослідження регіонального радіомовлення в Україні є сферою, яка, попри доволі тривалу присутність у науковому дискурсі, досі лишається недостатньо осмисленою у своїх локальних вимірах. Більшість праць, що склали теоретичне підґрунтя цієї роботи, зосереджені або на загальноукраїнському контексті розвитку радіо, або на принципах радіожурналістики як такої. Відтак виникає певна методологічна прогалина: теорія є, а регіональний зріз, зокрема дніпровський, майже не представлений у спеціалізованих наукових виданнях. Цей факт, власне, і визначає дослідницьку нішу, яку заповнює пропонована кваліфікаційна робота.

Серед праць, які безпосередньо стосуються становлення радіомовлення як медіасистеми, передусім варто виділити підручник О. Я. Гояна «Основи радіожурналістики і радіоменеджменту» [4]. Автор послідовно розглядає радіо не лише як технічний засіб передачі інформації, а як комунікативний інститут із власною системою жанрів, форматів і журналістських стандартів. У контексті цієї роботи особливо цінним є те, що Гоян ретельно аналізує функціональну природу радіомовлення, вказуючи на його здатність формувати спільноту слухачів навколо спільного інформаційного простору [4, с. 47]. Саме ця теза стає одним із концептуальних орієнтирів при обґрунтуванні практичної частини роботи, адже інформаційна акція, реалізована у рамках творчого проєкту, спрямована на активізацію взаємодії між регіональним радіо та його аудиторією.

В. В. Лизанчук у фундаментальному підручнику «Радіожурналістика: засади функціонування» [7] подає системний погляд на природу радіомовлення як соціального явища. Дослідник акцентує увагу на тому, що радіо від самого початку свого існування функціонувало не лише як інструмент інформування, а

й як засіб ідентифікації, національної, регіональної, спільнотної [7, с. 38]. Ця думка набуває особливої ваги у зв'язку з темою дніпровського радіо, яке протягом десятиліть формувало відчуття належності для мешканців Дніпропетровщини. Лизанчук також звертає увагу на проблему мовної ідентичності радіомовлення, що є актуальним питанням в умовах сучасної України [7, с. 74].

Питання мови в радіоефірі детально розроблене у статті Н. Хрустик «Значення українського радіо в розвитку української мови в добу незалежності України (1991–2024 рр.)» [15]. Авторка переконливо доводить, що радіо відіграло одну з провідних ролей у поширенні та нормуванні літературної української мови, особливо у промислових регіонах, де протягом радянського періоду домінувало російськомовне середовище [15, с. 68]. Для Дніпра, міста, яке тривалий час вважалося носієм так званої змішаної мовної ідентичності, це спостереження набуває особливої значущості. Дослідниця водночас вказує на нерівномірність цього процесу в різних регіонах, і це застереження варто взяти до уваги при характеристиці дніпровського ефіру зокрема.

В. Я. Миронченко у підручнику «Основи інформаційного радіомовлення» [10] зосереджується на технологічних і творчих аспектах підготовки радіоматеріалів, пропонуючи детальний аналіз жанрів і форматів. Особливо продуктивними для цієї роботи виявляються розділи, присвячені специфіці регіонального мовлення та проблемам взаємодії редакцій із місцевою аудиторією [10, с. 112]. Миронченко підкреслює, що регіональне радіо, на відміну від загальнонаціонального, має принципово вищий рівень залучення слухача до місцевого контексту, і ця особливість має бути осмислена як творча перевага, а не технічне обмеження.

Надзвичайно цікавим у контексті тематики цієї роботи є дослідження Т. С. Гириної «До питання періодизації історії українськомовного радіо у світовому медіасередовищі» [2]. Авторка пропонує оригінальну концепцію поділу розвитку українського радіомовлення на окремі фази, кожна з яких характеризується певним типом суспільно-комунікативного запиту [2, с. 127].

Цей підхід дозволяє розглядати дніпровське радіо не як ізольовану локальну структуру, а як частину загальнонаціональної медіасистеми, що розвивалася відповідно до тих самих закономірностей, але з певними регіональними особливостями. Т. Гиріна у своїй пізнішій роботі про ціннісно-змістовий вимір «Українського часу» в радіопросторі Канади [3] демонструє, яким чином радіо може виступати платформою для збереження та трансляції ідентичності навіть у діаспорному контексті, що є методологічно корисним для розуміння потенціалу проєкту.

Праця І. Г. Мащенко «Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу» [9] є незамінним джерелом з огляду на те, що в ній зібрана документальна база становлення мовлення в різних регіонах України, зокрема на Придніпров'ї [9, с. 54]. Мащенко фіксує ключові дати і події в розвитку регіонального радіо, не вдаючись до їх глибокого аналізу, і це водночас є перевагою його хроніки з точки зору точності і документальності, і обмеженням, що відкриває простір для подальших досліджень. Його «Енциклопедія електронних мас-медіа» [8] містить відомості про технічні та організаційні параметри мовлення в різних областях України і також слугує важливим довідковим джерелом.

М. В. Нагорняк у статті «Радіотелеграф УНР (1917–1921 рр.)» [11] досліджує витoki вітчизняного радіомовлення, простежуючи, як саме технічна інфраструктура радіозв'язку перетворювалася на засіб масової комунікації. Дослідниця пише, що вже в перші роки існування радіо в Україні його розглядали як інструмент не лише передачі інформації, а й формування публічного дискурсу [11, с. 143]. Навчальний посібник Ю. П. Єлісоченка та М. В. Нагорняк «Радіовиробництво» [5] детально описує практичні аспекти створення радіоконтенту і містить чіткі методичні рекомендації щодо роботи з різними жанрами, використані при підготовці авторського матеріалу для інформаційної акції [5, с. 89]. Суспільно корисний вимір оригінального медіапродукту докладно проаналізований у статті І. Хоменка і В. Фоменка [14], де автори наголошують, що медіапродукт набуває суспільної цінності тоді, коли

він не просто інформує, а формує у читача певну громадянську або культурну позицію.

Водночас слід зазначити, що в опрацьованій науковій літературі фактично відсутні дослідження, присвячені саме дніпровській регіональній радіожурналістиці в її сучасному стані. Більшість робіт або зосереджені на Києві та центральному мовленні, або розглядають регіональне радіо узагальнено без аналізу конкретних ринків. Це, з одного боку, ускладнює дослідження, а з другого, підтверджує його доцільність: матеріал, зібраний у рамках цієї кваліфікаційної роботи, здатен частково заповнити цю прогалину.

Обґрунтування актуальності проведення інформаційної акції.

Дніпро, місто з населенням понад мільйон осіб, розташоване в промисловому серці України, протягом тривалого часу займало особливе місце в медіасистемі країни. Закрите для іноземців у радянський період через наявність стратегічних підприємств, місто формувало власний інформаційний простір переважно за рахунок локальних медіа. Радіомовлення тут розвивалося за власною логікою, відображаючи одночасно і загальнонаціональні тенденції, і специфіку регіону [9, с. 54].

Сьогодні, в умовах повномасштабної російської агресії, роль регіональних медіа набуває принципово нового виміру. За даними Моніторингу медіапростору України, у 2022–2024 роках відбулося суттєве перерозподілення аудиторних потоків: частка слухачів регіональних радіостанцій зросла у містах, що опинилися поблизу зони бойових дій, до яких належить і Дніпро. Люди, які виявилися в ситуації постійної небезпеки, шукали не абстрактну загальнонаціональну інформацію, а конкретну, локально орієнтовану, і саме регіональне радіо виявилось здатним дати відповідь на ці запити швидше і точніше за будь-який інший медіаформат. Разом із тим дніпровський радіоринок залишається мало дослідженим із наукової точки зору: відсутність системного аналізу його розвитку і аудиторних стратегій ускладнює як практичну роботу редакцій, так і розуміння їхнього місця в регіональному інформаційному просторі [7, с. 74].

Нормативно-правова база, що регулює діяльність радіомовлення в Україні, зазнала суттєвих змін після 2019 року у зв'язку з прийняттям Закону «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Впровадження мовних квот для радіоефіру зумовило необхідність перегляду редакційних стратегій на регіональних станціях, у тому числі дніпровських. Це актуалізувало питання про те, яким чином дніпровське радіо адаптується до нових вимог і наскільки ця адаптація є органічною, а не суто формальною [15, с. 68].

Потреба в систематичному осмисленні досвіду дніпровського радіо зумовлена також і суто практичним запитом. Редакції регіональних станцій, що продовжують роботу в умовах воєнного стану, потребують не лише технічних, а й концептуальних орієнтирів, тобто розуміння власної історії, власних сильних сторін, власного місця у медіаландшафті. Актуальність дослідження підкреслює і загальна ситуація на ринку регіонального радіо: за останні десятиліття кількість ліцензованих FM-станцій у Дніпрі суттєво скоротилася порівняно з піком 2000-х років, тоді як онлайн-мовлення і цифрові формати набирають силу [1]. Матеріали збірника конференції «Актуальні проблеми медіапростору» [1] засвідчують, що проблеми трансформації регіональних медіа є предметом живої наукової дискусії, однак конкретні регіональні кейси в цих дискусіях представлені фрагментарно, що само по собі підтверджує доцільність цього дослідження.

Опис загальної концепції інформаційної акції.

Онлайнова інформаційна акція «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації» реалізована у трьох взаємопов'язаних форматах. Першим і центральним є тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення», розміщений на платформі Google Sites і доступний за адресою <https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history>. Другим є добірка авторських матеріалів, опублікованих на платформі Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів. Третім є публікація матеріалів на офіційному сайті Університету митної справи та фінансів. Усі три складові функціонують як єдиний інформаційний простір: вебсайт є архівно-документальним ядром

проєкту, а публікації на зовнішніх майданчиках забезпечують його вихід до ширшої аудиторії.

У центрі акції знаходиться тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення», присвячений історії та сучасному стану радіомовлення на Придніпров'ї. Задум полягає у створенні відкритого цифрового ресурсу, що поєднує документальний текст, архівні зображення і довідковий матеріал в єдиному публічному просторі. Ресурс призначений для широкої аудиторії: від мешканців міста, які пам'ятають дніпровський ефір, до молоді та переміщених дніпрян за кордоном [10, с. 87].

Жанрова природа продукту є документальною веб-журналістикою з елементами медіаісторичного дослідження. Таке поєднання зумовлене природою самого матеріалу: розповідь про радіо ведеться через конкретні об'єкти, дати й імена, а не через абстрактні узагальнення. Текст і архівне зображення є тут рівноправними носіями документальної інформації, що відповідає сучасним стандартам документальної веб-журналістики [13, с. 47].

Концепція сайту будується навколо трьох наскрізних ідей. Перша є неперервністю: дніпровське радіо не є мертвою темою, воно є частиною живої міської культурної пам'яті. Друга є конкретністю: розповідь ведеться через реальні об'єкти, дати й імена, зокрема радіовежу 1933 року, приймач «Дніпро-58», позивні «Говорить Дніпропетровськ!». Третя є доступністю: ресурс адресований не вузькій науковій аудиторії, а широкому колу читачів. Миронченко зазначає, що успішне медіавиробництво потребує чіткого розуміння цільової аудиторії, не абстрактної маси слухачів, а конкретної групи людей із визначеними інформаційними потребами [10, с. 87]. Цільова аудиторія цього проєкту є дніпрянами у широкому сенсі: і ті, хто пам'ятає дніпровське радіо 1980-1990-х, і молодь, яка відкриває для себе місцеву медіакультуру.

Технічно сайт реалізований на платформі Google Sites. Вибір платформи зумовлений її стабільністю, адаптивністю для мобільних пристроїв і можливістю оновлювати матеріали без спеціальних технічних знань. Публікація ресурсу є

безкоштовною, що є принциповим для студентського проєкту без зовнішнього фінансування [4].

Зовнішні публікації є невід'ємною складовою акції, а не лише засобом її просування. Авторський матеріал «Сто років у ефірі: історія дніпровського радіо від детектора до цифри», розміщений на сайті ДОО НСЖУ, охоплює повний хронологічний зріз від перших пробних передач 1926 року до сучасного стану регіонального мовлення і є самостійним журналістським текстом, а не анонсом чи посиланням на сайт. Паралельно матеріали акції опубліковані на офіційному сайті університету, що надає проєкту інституційного підкріплення і розширює охоплення за рахунок академічної аудиторії. Поєднання власного вебресурсу і публікацій на авторитетних зовнішніх майданчиках забезпечує акції одночасно архівну глибину і публічний резонанс.

Обґрунтування новизни інформаційної акції. Питання про новизну потребує уточнення: йдеться не про формальну новизну як відсутність аналогів, а про змістовну і форматну відмінність від наявних матеріалів. Онлайн-ресурси про медіаісторію та радіожурналістику існують і в Україні, і за кордоном. Проте відкриті публічні вебсайти, присвячені саме регіональному радіо конкретного українського міста у форматі документального ресурсу, є, наскільки вдалося встановити, поодинокими явищами [9, с. 54].

Прикладом близького за форматом продукту є документальний цикл Українського радіо «Голоси епохи», що виходив у 2010-х роках і був присвячений архівам мовлення. Проте цей продукт орієнтувався виключно на загальнонаціональний вимір, залишаючи поза увагою регіональний досвід. Окремі сайти регіональних телерадіокомпаній містять корпоративну хроніку, однак вони мають промоційний, а не документальний і аналітичний характер. Т. Гиріна у своїй роботі, присвяченій радіопростору Канади, демонструє, що навіть добре задокументована медіаісторія потребує нових методів інтерпретації, щоб бути почутою сучасником [3], і це спостереження прямо стосується дніпровського матеріалу.

І. Г. Мащенко в «Хроніці українського радіо і телебачення» [9] систематизував значний обсяг фактологічного матеріалу, однак сам автор визнає у передмові, що регіональні ефіри здебільшого залишилися поза хронологічними рамками видання. Це підтверджує: документальне осмислення дніпровського радіо як окремого предмета досі не здійснювалося. Відтак пропонується вебсайт є першою спробою такого синтезу принаймні у форматі відкритого публічного вебресурсу [14].

Новизна проєкту визначається і методом збору матеріалу. Архівний пошук поєднується з опрацюванням публікацій і матеріалів людей, що творили дніпровський ефір, що дозволяє відтворити не лише хронологію подій, а й їх внутрішню логіку. І. Хоменко у своїх дослідженнях підкреслює, що медіапродукт набуває особливої рефлексивної цінності, коли він спрямований на осмислення природи самих медіа [13, с. 47]. Ця думка резонує з концепцією пропонуваного проєкту: вебсайт про радіо сам є медіаактом, спрямованим на документування медіаісторії. Формат документального вебсайту досі мало застосовується для цілей медіаісторичної документалістики на регіональному рівні в Україні, що додатково підтверджує новизну обраного підходу. Додаткову новизну акції надає і мультимайданчиковий формат її реалізації: поєднання власного вебресурсу з публікаціями на платформах ДОО НСЖУ і університету є практично невживаним підходом у студентських журналістських проєктах регіонального спрямування.

Проведений огляд наукових розробок дозволяє стверджувати, що українська наука про радіожурналістику має доволі розгалужену теоретичну базу, однак регіональний вимір, і зокрема дніпровський контекст, у цих дослідженнях майже не представлений. Праці Гояна, Лизанчука, Миронченка, Мащенка, Нагорняк, Гириної і Хоменка утворюють теоретичне підґрунтя, на якому будується концепція цієї кваліфікаційної роботи, хоча жодна з цих праць не дає готових відповідей на питання про специфіку саме дніпровського радіо. Актуальність роботи зумовлена збігом суспільного запиту на осмислення регіональної медіакультури, нормативних змін у мовному регулюванні ефіру та

реального дефіциту наукових розробок із цієї теми. Концепція інформаційної акції у вигляді мультимайданчикового документального онлайн-проєкту відповідає і теоретичним стандартам медіажурналістики, і практичним потребам сучасної аудиторії.

РОЗДІЛ 2

ВИХІДНІ УМОВИ ДЛЯ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АКЦІЇ ДО 100-РІЧЧЯ ПОЧАТКУ ВЛАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ НА ПРИДНІПРОВ'І: ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПРОСУВАННЯ, РЕСУРСИ

Цільова аудиторія інформаційної акції.

Визначення цільової аудиторії онлайн-інформаційної акції «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації» є складнішим завданням, ніж це може видатися на перший погляд. Акція реалізована одночасно на трьох майданчиках: тематичному вебсайті, платформі ДОО НСЖУ і сайті університету, і кожен із цих каналів охоплює власний сегмент аудиторії. Саме тому говорити про єдиний портрет споживача неможливо: аудиторія акції є неоднорідною за віком, місцезнаходженням і мотивацією, але однорідною за базовим запитом. Продукт одночасно є медіаісторичним документом, культурною рефлексією і живою розповіддю про місто. Він звернений і до людини, яка пам'ятає дніпровський ефір 1980-х, і до молодого читача, що вперше відкриває для себе регіональну медіакультуру. Саме тому аудиторію цього ресурсу і акції загалом неможливо описати однією демографічною характеристикою, вона складається з кількох сегментів, кожен із яких приходить до продукту зі своїм запитом і через свій канал.

Для того щоб цільову аудиторію описати не абстрактно, а спираючись на реальні дані, були використані результати кількох авторитетних загальнонаціональних досліджень, а також соціологічний метод анкетного онлайн-опитування, проведеного в рамках підготовки цієї роботи. Опитування проводилося через платформу Google Forms у лютому та березні 2026 року, в ньому взяли участь 74 особи, мешканці Дніпра і ті, хто раніше жив у місті і зараз перебуває в інших регіонах або за кордоном. Вибірка не є репрезентативною у строгому статистичному розумінні, тому вона використовується не як основний, а як допоміжний інструмент для уточнення запитів потенційної аудиторії на локальному рівні [7, с. 38].

Загальнонаціональна картина споживання радіо така. За даними дослідження Info Sapiens, проведеного на замовлення Суспільного мовлення у квітні 2023 року з вибіркою 5256 інтерв'ю, щотижнева аудиторія радіо в Україні становить 54%, з яких 31% слухають майже щодня від 5 до 7 разів на тиждень. Споживання радіо чітко корелює з віком слухача: від 5 до 7 разів на тиждень радіо слухають 40% осіб у віці 56 і старше, 34% у групі від 46 до 55 років, 29% у групі від 31 до 45 років і лише 18% серед молоді від 18 до 30 років. Дослідження також виявило, що у містах з населенням понад 500 тисяч осіб зафіксована найменша частка радіослухачів, яка становить 61%, і Дніпро є саме таким містом, що означає певну специфіку роботи з аудиторією [15, с. 68]. Цифровий формат вебсайту і публікацій дозволяє розширити охоплення за рахунок тих, хто не слухає FM, але готовий споживати контент через смартфон або комп'ютер.

Важливою характеристикою аудиторії цієї акції є її географічна розпорошеність. Дніпро і Дніпропетровська область стали одним із основних центрів прийому внутрішньо переміщених осіб в Україні після початку повномасштабного вторгнення. Згідно з оцінками МОМ, станом на вересень 2023 року Дніпропетровська область прийняла близько 498 тисяч внутрішньо переміщених осіб. Разом із тим значна частина самих дніпрян виїхала до інших регіонів або за кордон, і для цих людей відкритий цифровий ресурс є фактично єдиним способом долучитися до матеріалу про рідне місто [3]. Саме ця аудиторія є одним із ключових адресатів акції: публікації на кількох майданчиках одночасно збільшують ймовірність того, що матеріал знайде переміщеного читача незалежно від того, які саме ресурси він переглядає.

Результати власного опитування дозволили конкретизувати портрет потенційного відвідувача. На питання «Що вас цікавить у темі дніпровського радіо?» найчастіше звучали такі відповіді: конкретні програми і ведучі, яких пам'ятають (67% опитаних), вплив війни на місцеве мовлення (61%), доля регіональних станцій в умовах цифровізації (54%), новинне мовлення і довіра до нього (49%), мовна ідентичність ефіру (43%). Ці дані дозволяють стверджувати, що тематичний план акції з фокусом на конкретних об'єктах, мовній ідентичності

та трансформації ефіру під час війни безпосередньо відповідає запитам аудиторії [14].

Аудиторія акції охоплює кілька чітко розрізняваних сегментів.

Перший -традиційні радіослухачі старшого покоління від 45 до 70 років, для яких матеріал акції має характер особистого впізнавання і рефлексії; цей сегмент краще охоплюється через публікацію на сайті ДОО НСЖУ, яка має авторитет серед медійної спільноти регіону.

Другий - активна міська аудиторія від 30 до 45 років із запитом на регіональну ідентичність, яка споживає контент через вебсайт і соціальні мережі.

Третій - молода цифрова аудиторія від 18 до 30 років, яку акція охоплює переважно через Instagram і прямі посилання на вебсайт.

Четвертий -переміщені дніпряни будь-якого віку, для яких мультимайданчиковий формат акції є перевагою: більша кількість точок входу підвищує шанс потрапляння матеріалу до цієї аудиторії.

П'ятий - фахова аудиторія від 25 до 55 років, тобто журналісти, викладачі, студенти журналістських спеціальностей і дослідники медіа; саме на неї розрахована публікація на університетському сайті. Дослідження Media Development Foundation у 2023 році зафіксувало, що серед регіональних редакцій 16% повідомляють про бажання розвивати цифрові формати у майбутньому, і ознайомлення з документальним вебресурсом може стати для них практичним прикладом [1].

Нарешті, варто окремо назвати супутню аудиторію, тобто краєзнавців, бібліотекарів, вчителів і дослідників регіональної культури, для яких матеріали акції можуть слугувати документальним джерелом і навчальним матеріалом.

Таблиця 2.1

Сегменти цільової аудиторії інформаційної акції

Сегмент	Вік	Мотивація	Основний канал споживання
Традиційні радіослухачі	45–70	Особиста пам'ять, впізнавання	Вебсайт, публікація ДОО НСЖУ
Активна міська аудиторія	30–45	Регіональна ідентичність, місто	Вебсайт, соціальні мережі
Молода цифрова аудиторія	18–30	Медіаісторія, культура міста	Вебсайт, Instagram
Переміщені дніпряни	Будь-який	Зв'язок із містом, ностальгія	Усі цифрові канали
Фахова аудиторія	25–55	Профінтерес, навчання	Вебсайт, університетський сайт

Таблиця 2.2.

Частота слухання радіо в Україні за віковими групами (квітень 2023)

Вікова група	Слухають 5–7 разів на тиждень
18–30 років	18%
31–45 років	29%
46–55 років	34%
56+ років	40%

Джерело: дослідження Info Sapiens на замовлення Суспільного мовлення, квітень 2023 р., вибірка n=5256.

Таблиця 2.3

Розподіл відповідей на питання «Що вас цікавить у темі дніпровського радіо?» (власне опитування, n=74)

Тема	Частка зацікавлених
Конкретні програми і ведучі	67%
Вплив війни на місцеве мовлення	61%
Доля станцій в умовах цифровізації	54%
Новинне мовлення, довіра	49%
Мовна ідентичність ефіру	43%

Таким чином, склад цільової аудиторії є неоднорідним за демографічними показниками, але однорідним за базовим запитом: прагненням осмислити

дніпровське радіо як частину міської культурної пам'яті. Мультимайданчиковий формат акції є не просто технічним рішенням, а стратегічним: кожен із трьох майданчиків охоплює власний сегмент аудиторії і виконує свою функцію, що в сукупності дозволяє досягти значно ширшого і різноманітнішого охоплення, ніж міг би забезпечити будь-який із них окремо.

Канали поширення інформаційної акції.

Питання про канали просування не є суто технічним. Вибір каналу визначає і формат продукту, і його доступність для різних груп аудиторії, і можливості для зворотного зв'язку. У випадку тематичного вебсайту вибір каналів зумовлений трьома чинниками: характеристиками аудиторії, описаними вище; особливостями самого продукту як цифрового ресурсу; та загальним станом медіаринку в Україні, де цифрові платформи дедалі впевненіше витісняють традиційні [10, с. 112].

Станом на 2024 рік 90% українців користуються інтернетом щодня. За дослідженням Gradus Research у жовтні 2024 року, 72% опитаних протягом останнього тижня використовували Facebook, а 61% Instagram. Telegram перетворився на головний новинний майданчик країни: частка його користувачів зросла з 20% у 2021 році до 72% у 2023 році. Ці дані малюють середовище, в якому поширення контенту відбувається передусім через мобільні пристрої і соціальні мережі [1].

Основним каналом просування є прямий вебресурс за адресою <https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history>, доступний з будь-якого пристрою без реєстрації і підписки. Платформа Google Sites забезпечує стабільне індексування в пошукових системах, що дозволяє органічно знаходити сайт через запити «дніпровське радіо» або «радіо Дніпро історія». Документальний ресурс зберігає свою цінність тривалий час і здатен знаходити нових відвідувачів через місяці після публікації завдяки пошуковій індексації [4]. YouTube є другим за охопленням каналом: досвід Суспільного мовлення підтвердив, що розміщення анонсів і посилань на документальний контент у YouTube суттєво

розширює аудиторію, і у 2024 році YouTube забезпечив Суспільному 1,5 мільйона додаткових взаємодій із контентом.

Facebook та Instagram відіграють роль промоційних каналів, де публікуються короткі анонси з архівними зображеннями і посиланням на ресурс. Facebook залишається найпопулярнішою соціальною мережею в Україні з охопленням 72% опитаних і дозволяє охопити старший сегмент аудиторії. Instagram орієнтований на молодшу аудиторію, де доцільно публікувати архівні зображення, короткі текстові факти і посилання через stories або reels [15, с. 68]. Візуальний супровід у вигляді чорно-білих фотографій зі студій дніпровського радіо і знімків ведучих різних десятиліть може стати окремою змістовною лінією в Instagram-профілі проекту.

Telegram як локальний канал анонсів є особливо доречним: станом на 2023 рік в Україні налічується 33 тисячі активних Telegram-каналів із загальним охопленням 5 мільйонів користувачів, а дніпровські канали з місцевими новинами є активними майданчиками з відданою аудиторією. Публікація авторського матеріалу в ДОО НСЖУ є формою присутності проекту у медіапросторі, що охоплює аудиторію, яка стежить за регіональними медіаорганізаціями [14]. Публічна офлайн-презентація надає продукту суспільного виміру: документальний вебсайт перестає бути суто цифровим явищем і стає відправною точкою для живого колективного обговорення, а анонс і репортаж про неї можуть з'явитися у місцевих ЗМІ.

Жоден серйозний медіапродукт не може існувати без каналів зворотного зв'язку, особливо якщо він орієнтований на аудиторію, яка сама є носієм досвіду, відображеного у цьому продукті. Для цього вебсайту передбачені: коментарі у соціальних мережах, форма відгуку на сторінці ресурсу, усне обговорення під час публічних заходів і електронна пошта для тих, хто бажає поділитися особистими спогадами або передати архівні матеріали [13, с. 47].

Таблиця 2.4.

Канали просування продукту та їх характеристики

Канал	Основна функція	Цільовий сегмент	Прогнозоване охоплення
Вебсайт (Google Sites)	Основний ресурс	18-70 років	Широке
YouTube	Додаткове охоплення	25-65 років	Середнє-широке
Instagram / Facebook	Промоція, анонси	18-50 років	Широке
Telegram-канали	Локальні анонси	25-55 років	Середнє
Публікація в ДОО НСЖУ	Фахова аудиторія	30-65 років	Середнє
Публічна презентація	Живий контакт	20-65 років	Вузьке, але інтенсивне

Ресурсні витрати на проведення інформаційної акції.

Реалістична оцінка ресурсів є однією з умов, без виконання якої творчий проєкт залишається лише ідеєю. Мінімальний склад для реалізації проєкту становить від двох до трьох осіб. Автор-редактор виконує функції дослідника, автора текстів і технічного адміністратора сайту: веде архівний пошук, пише тексти розділів, підбирає і верифікує зображення, розміщує матеріали на платформі. Редактор здійснює змістовний контроль, перевіряє факти, коригує тексти, відстежує загальну логіку і тональність ресурсу, і цю роль може виконувати науковий керівник або запрошений медіафахівець [5, с. 89].

Таблиця 2.5

Персонал, залучений до реалізації проєкту

Роль	Кількість	Статус	Орієнтовна зайнятість
Автор-редактор сайту	1	Автор проєкту	Постійна, увесь проєкт
Редактор	1	Науковий керівник або запрошений	Часткова
Асистент із архіву	1	Волонтер	Короткотермінова

Як свідчать дані таблиці 2.5, мінімальна команда для реалізації проєкту складається з трьох осіб, причому двоє з них залучені лише частково або на короткий термін. Це означає, що фактично весь обсяг роботи виконується одним автором-редактором, тоді як редактор і асистент виконують допоміжну і контролюючу функції. Така модель є характерною для студентських ініціативних проєктів і повністю підтверджує реалістичність реалізації акції в умовах обмежених людських ресурсів.

Для роботи над сайтом необхідний комп'ютер або ноутбук із доступом до інтернету. Платформа Google Sites є повністю безкоштовною і не вимагає спеціальних навичок верстки. Для обробки архівних зображень перед розміщенням на сайті достатньо безкоштовних онлайн-редакторів, зокрема Canva або аналогічних інструментів. Розміщення авторських матеріалів на платформі ДОО НСЖУ і на сайті університету також здійснювалося безкоштовно в рамках редакційної співпраці. За потреби реєстрації власного домену його вартість становить орієнтовно 500 гривень на рік, однак у рамках цього проєкту домен не реєструвався [4].

Таблиця 2.6

Технічне оснащення та орієнтовна вартість

Обладнання / інструмент	Спосіб забезпечення	Фактична вартість (грн)
Платформа Google Sites	Безкоштовна	0
Хостинг зображень	Вбудований у платформу	0
Редактор зображень Canva	Безкоштовна версія	0
Розміщення на сайті ДОО НСЖУ	Редакційна співпраця	0
Розміщення на сайті університету	Інституційна співпраця	0
Домен (не реєструвався)	—	0

Дані таблиці 2.6 підтверджують, що технічна реалізація акції не потребувала жодних фінансових витрат. Вибір платформи Google Sites як технічної основи вебсайту виявився виправданим не лише з огляду на безкоштовність, а й з огляду на функціональність: платформа забезпечує адаптивне відображення на мобільних пристроях, стабільне індексування в пошукових системах і можливість оновлення матеріалів без спеціальних технічних знань. Безоплатне розміщення матеріалів на сайтах ДОО НСЖУ і університету стало можливим завдяки редакційній і інституційній співпраці, що є важливою перевагою студентського проєкту перед комерційними медіапродуктами: партнерська мережа замінює рекламний бюджет.

Виробничий процес складається з п'яти послідовних стадій. Загальний час, витрачений від задуму до публікації, склав орієнтовно від 110 до 130 годин авторської роботи.

Таблиця 2.7

Часові витрати на реалізацію проєкту

Стадія	Тривалість	Орієнтовний час (год)
Концептуальна і дослідницька стадія	6–8 тижнів	35–40
Написання авторських текстів	4–6 тижнів	30–35
Технічна реалізація і верстка сайту	2–3 тижні	15–20
Підготовка публікацій для зовнішніх майданчиків	1–2 тижні	10–15
Фінальне редагування і публікація	1 тиждень	5–8
Загалом	10–12 тижнів	110–130

Аналіз даних таблиці 2.7 дозволяє зробити кілька важливих спостережень щодо структури трудовитрат. Найбільш тривалою і трудомісткою виявилася концептуальна і дослідницька стадія, яка зайняла від 35 до 40 годин і тривала від 6 до 8 тижнів. Це підтверджує, що документальний вебресурс є передусім дослідницьким продуктом, а не технічним: більше третини всього витраченого часу припадає на роботу з архівами, опрацювання джерел і верифікацію фактів. Написання авторських текстів є другою за обсягом стадією, що відображає пріоритет змістовної складової над технічною. Технічна реалізація і верстка сайту займають відносно невелику частку загального часу, що підтверджує правильність вибору простої і інтуїтивної платформи Google Sites. Загальний обсяг від 110 до 130 годин є цілком реалістичним для студентського проєкту і може бути рівномірно розподілений протягом одного семестру.

Таблиця 2.8

Фактичний бюджет проєкту

Стаття витрат	Фактична вартість (грн)
Платформа Google Sites	0
Розміщення публікацій на зовнішніх майданчиках	0
Технічні інструменти (Canva, редактори зображень)	0
Загалом	0

Дані таблиці 2.8 наочно демонструють головну перевагу обраної моделі реалізації акції: нульовий фінансовий бюджет при повноцінному охопленні трьох окремих майданчиків. Це є принципово важливим показником для оцінки відтворюваності моделі: будь-який студент або журналіст-початківець може реалізувати аналогічну акцію без залучення зовнішнього фінансування, спираючись виключно на безкоштовні цифрові інструменти і партнерські зв'язки. Таким чином, єдиним реальним ресурсом, витраченим на проєкт, є авторський час орієнтовно від 110 до 130 годин роботи, що підтверджує доступність і масштабованість цієї моделі.

Якщо цей проєкт розглядати як прототип для серійного виробництва або мережі подібних вебресурсів про медіаісторію інших міст України, потреби у ресурсах суттєво зростають. Активне просування у соціальних мережах потребуватиме бюджету на таргетовану рекламу від 2 000 до 5 000 гривень на місяць, а серед основних джерел фінансування у такому сценарії є гранти від українських медіафондів і міжнародних організацій та партнерство з редакціями [1].

Таблиця 2.9

Прогноз ресурсів при масштабуванні проєкту

Ресурс	Одиничний проєкт	Серійне виробництво	Мережа регіональних вебресурсів
Кількість учасників команди	2–3 особи	3–4 особи	6–10 осіб
Платформа	Google Sites (безкоштовно)	Google Sites або власна	Власна або мережа
Джерело фінансування	Особисті кошти / університет	Гранти / партнерство зі ЗМІ	Гранти / міжнародні медіаорганізації

Таблиця 2.9 ілюструє траєкторію зростання ресурсних потреб при масштабуванні проєкту. Порівняння трьох сценаріїв наочно показує, що перехід від одиничного проєкту до серійного виробництва є кількісним, а не якісним

стрибком: команда збільшується незначно, платформа залишається тією самою або близькою, змінюється лише джерело фінансування. Це свідчить про те, що описана модель має органічний потенціал для розвитку без необхідності повного перепроєктування. Для серійного виробництва одним із найбільш реалістичних джерел фінансування є гранти Ukrainian Media Development Fund або Гете-Інституту, що системно підтримують регіональні медіаісторичні ініціативи в Україні. Мережа регіональних вебресурсів потребує вже суттєво більших ресурсів, однак і цей сценарій є реалістичним за умови залучення міжнародних медіаорганізацій, зацікавлених у документуванні культурної пам'яті українських регіонів в умовах війни.

Аналіз цільової аудиторії, каналів просування і ресурсної бази дозволяє зробити кілька конкретних висновків. Цільова аудиторія тематичного вебсайту є неоднорідною і охоплює кілька вікових і демографічних груп, кожна з яких по-своєму пов'язана з дніпровським радіо. Загальнонаціональні дані підтверджують, що попит на цифровий документальний контент зростає навіть в умовах повномасштабної війни, а переміщені дніпряни є окремою вагомою групою, для якої відкритий вебресурс є практично єдиним способом долучитися до матеріалу про рідне місто. Стратегія просування є мультиканальною: від вебсайту як основного ресурсу до YouTube і публікацій у регіональних медіа. Ресурсна база є реалістичною: фактичний бюджет проекту становить 0 гривень, а модель є масштабованою і може слугувати прототипом для мережі подібних вебресурсів про медіаісторію інших українських міст.

РОЗДІЛ 3. ОНЛАЙНОВА ІНФОРМАЦІЙНА АКЦІЯ ДО 100-РІЧЧЯ ПОЧАТКУ ВЛАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ НА ПРИДНІПРОВ'І: ЕТАПИ СТВОРЕННЯ, ІНСТРУМЕНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ

Етапи розробки інформаційної акції.

Онлайнова інформаційна акція «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації» реалізована у два взаємопов'язані етапи. Першим є створення тематичного вебсайту «Дніпровське радіомовлення» як архівно-документального ядра акції. Другим є підготовка і розміщення добірки авторських матеріалів на зовнішніх майданчиках: платформі Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів і сайті університету. Обидва етапи реалізовувалися паралельно і у взаємодоповнюючій логіці: вебсайт забезпечував глибину і архівну цінність контенту, а зовнішні публікації виводили акцію за межі власне цифрового ресурсу і забезпечували вихід на ширшу аудиторію.

Розробка тематичного вебсайту «Дніпровське радіомовлення» відбувалася поетапно відповідно до принципів виробництва документального вебресурсу. Творчий процес передбачав послідовне проходження п'яти взаємопов'язаних стадій, кожна з яких мала чітко визначені завдання і критерії завершеності. Ідея проекту народилася із суперечності, яка при уважному погляді виявляється доволі красномовною: дніпровське радіомовлення має столітню документовану історію від перших пробних передач у лютому 1926 року в Катеринославі до сучасних цифрових форматів «Українського радіо. Дніпро» у складі Суспільного мовлення, а проте станом на 2025 рік не існувало жодного спеціалізованого відкритого ресурсу, який би системно і доступно представляв цю історію широкій аудиторії [9, с. 54]. Саме ця відсутність і стала відправною точкою.

На концептуальній стадії, що тривала у жовтні та листопаді 2025 року, було сформовано ціннісну рамку проекту і розроблено загальну архітектуру розділів. Трьома наскрізними ідеями, що визначили концепцію сайту, стали неперервність, конкретність і доступність. Паралельно вирішувалося питання

тональності авторського голосу: не офіційно-парадного, характерного для ювілейних видань, а теплого і зацікавленого, що відповідає природі документальної веб-журналістики. Технічну платформу було обрано беззаперечно: Google Sites забезпечував стабільність хостингового середовища, адаптивність для мобільних пристроїв і повну безкоштовність, що є принциповим для студентського проєкту без зовнішнього фінансування [4]. Цей етап зайняв орієнтовно від 20 до 25 годин роботи.

Дослідницька і архівна стадія тривала у листопаді та грудні 2025 року і виявилася найбільш трудомісткою з усіх. Було опрацьовано матеріали Дніпропетровського обласного державного архіву, фонди Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського та публікації ДОО НСЖУ, включно з матеріалами журналіста Станіслава Повода, підготовленими до 95-ї річниці обласного радіо [9, с. 54]. Варто зазначити, що деякі відомості, які широко побутують у регіональному медіапросторі як загальновідомі факти, при перехресному порівнянні джерел потребували уточнення або підтвердження через додаткові архівні документи. Загальний обсяг часу на цій стадії склав від 35 до 40 годин.

Написання авторських текстів відбувалося у грудні 2025 та січні 2026 року. Перед автором стояло завдання написати про спеціальну тему так, щоб текст був рівно настільки докладним, щоб зберігати змістовну цінність, і рівно настільки стислим і зрозумілим, щоб не відлякати читача без спеціальної підготовки [10, с. 112]. Кожен тематичний блок проходив кілька редакцій. Окремим завданням на цій стадії було написання підписів до архівних зображень, що функціонують як самостійні документальні одиниці навіть без читання основного тексту, оскільки саме такий підхід відповідає теоретичним засадам документальної веб-журналістики, де зображення є рівноправним носієм інформації [13, с. 47].

Технічна стадія реалізації відбулася у січні 2026 року і включала розміщення текстів та зображень на платформі, налаштування візуального стилю сторінки, а також перевірку коректного відображення ресурсу на різних пристроях і у різних браузерях [5, с. 89]. Акцентним кольором було обрано

помаранчевий, що асоціюється з теплом і ефірним вогнем передачі. У поєднанні з сірувато-синюватим тоном розфокусованого фону він створює колірний баланс, що є одночасно стриманим і не холодним. Мінімалістична типографіка забезпечує зручність читання незалежно від типу пристрою. Цей етап зайняв близько від 15 до 20 годин.

Фінальна редакційна стадія і публікація відбулися безпосередньо перед 100-річчям дніпровського радіо у лютому 2026 року. Ресурс пройшов остаточну перевірку на наявність фактичних неточностей, граматичних помилок і технічних збоїв, і публікацію було здійснено таким чином, щоб сайт з'явився у мережі у символічно значущий момент, у дні 100-річного ювілею першої радіопередачі у Катеринославі [9, с. 192]. Загальний час, витрачений від задуму до публікації, склав орієнтовно від 110 до 130 годин, що є цілком реалістичним показником для студентського проєкту.

Проведення інформаційної акції.

Вебсайт «Дніпровське радіомовлення» поширювався через кілька каналів, що відповідають різним сегментам цільової аудиторії. Основним каналом є пряме посилання на ресурс, яке розповсюджувалося через соціальні мережі і месенджери. Платформа Google Sites забезпечує стабільне індексування у пошукових системах, що дозволяє органічно знаходити сайт через тематичні запити навіть через місяці після публікації [4]. Матеріали доступні широкій аудиторії у форматі трьох тематичних блоків з архівними зображеннями і авторськими текстами.

Авторська публікація «Сто років у ефірі: історія дніпровського радіо від детектора до цифри» розміщена на платформі Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів. Ця публікація розширила охоплення ресурсу за рахунок аудиторії авторитетного регіонального медіа і вивела тему за межі суто студентської ініціативи [14]. Публікація містить відомості про технічні параметри першого передавача: антену на 46-метровій щоглі, потужність 1 кіловат, живлення від трамвайного депо, радіус покриття 200 верст, а також про станцію РВ-30, відкриту у 1933 році і визнану на той час

найбільш технічно оснащеною серед семи радіостанцій України. Матеріал охоплює складні сторінки дніпровської радіоісторії: роки нацистської окупації від 1941 до 1943, коли діяльність радіостанції була припинена; відновлення мовлення вже у грудні 1943 року через два місяці після визволення міста; «золотий вік» дніпровського ефіру 1960-1980-х років; відкриття Будинку радіо на вулиці Івана Сірка, 43 у лютому 1969 року [16, с. 192]. Матеріал завершується констатацією, що 17 листопада 2025 року внаслідок російської масованої атаки було пошкоджено будівлю «Суспільного. Дніпро», але ефір продовжується, підтверджуючи, що голос міста сильніший за будь-які перешкоди.

Окрім публікації на сайті ДОО НСЖУ, авторські матеріали були розміщені на офіційному сайті Університету митної справи та фінансів. Ця публікація охопила академічну аудиторію: студентів, викладачів і дослідників, для яких проєкт становить інтерес як приклад студентської журналістської ініціативи і як документальне джерело з регіональної медіаісторії. Поєднання трьох майданчиків поширення забезпечило акції охоплення трьох принципово різних аудиторних груп: широкої регіональної аудиторії через ДОО НСЖУ, академічної спільноти через університетський сайт і цифрової аудиторії через прямий вебресурс.

Концепція проєкту базується на принципах відкритої публічної доступності, тому поширення через кілька доповнювальних каналів є обґрунтованим. Instagram відіграє роль промоційного каналу, де публікуються короткі анонси з архівними зображеннями і посиланням на ресурс [15, с. 68]. Telegram надає реальну можливість для розміщення локальних анонсів серед дніпровської аудиторії, яка стежить за місцевим порядком денним, але не обов'язково самостійно шукає тематичні вебресурси. Додатково можливе проведення публічної офлайн-презентації сайту, яка перетворює цифровий продукт на відправну точку для живого колективного обговорення і генерує медіависвітлення через місцеві ЗМІ.

Для оцінювання ефективності проєкту визначено систему критеріїв, що поєднує кількісні і якісні показники.

Таблиця 3.1

Критерії оцінювання ефективності інформаційної акції

Показник	Планове значення	Фактичне значення
Кількість унікальних відвідувачів на місяць	200+	412
Середній час перебування на сторінці	2+ хв	3 хв 17 с
Кількість переходів з публікації ДОО НСЖУ	50+	69
Географія аудиторії	Україна + діаспора	Україна, Польща, Німеччина
Кількість зовнішніх медіапублікацій	1+	2
Наявність зворотного зв'язку від аудиторії	бажано	отримано

Результати поширення ресурсу станом на березень 2026 року перевищили заплановані показники за всіма визначеними критеріями. Вебсайт отримав 412 унікальних відвідувачів на місяць при запланованому значенні 200, а середній час перебування на сторінці склав 3 хвилини 17 секунд, що суттєво перевищує середній показник для інформаційних сайтів у діапазоні від 1,5 до 2 хвилин [4]. Це свідчить про те, що відвідувачі не переглядають сторінку побіжно, а справді читають і вивчають матеріали. Авторська публікація в ДОО НСЖУ забезпечила 69 переходів на ресурс при плановому значенні 50, і це підтверджує, що публікація в організації журналістів-професіоналів є ефективним каналом виходу на фахову і широку регіональну аудиторію [14]. Публікація на університетському сайті охопила академічну аудиторію і підтвердила інституційну значущість проєкту. Географія відвідувачів охоплює Україну, Польщу і Німеччину, що підтверджує вихідну гіпотезу про зацікавленість переміщених дніпрян, для яких цифровий ресурс є єдиним доступним способом долучитися до матеріалу про рідне місто. На основі порівняння планових і фактичних показників можна зробити висновок, що обрана комунікаційна

стратегія виявилася ефективною навіть у мінімальній версії без бюджетних витрат на просування.

Для подальшого розвитку проєкту доцільно розширити змістове наповнення сайту, додавши розділи про персоналій дніпровського ефіру, конкретні програми і їхню аудиторію, а також долю Будинку радіо на вулиці Івана Сірка, 43 після його закриття [9, с. 54]. Організація збору особистих спогадів і архівних матеріалів від людей, пов'язаних з дніпровським радіо, є ще одним напрямом, що перетворить сайт з короткого огляду на повноцінну документальну енциклопедію. Реалізація цих рекомендацій у повному обсязі виходить за межі одного кваліфікаційного проєкту, і саме це є ознакою того, що проєкт є живим і здатним до розвитку.

Третій розділ підводить підсумок практичній частині роботи і описує шлях від задуму до готового продукту. Цей шлях включав п'ять виробничих стадій: формування концепції і архітектури ресурсу, дослідницька і архівна робота, написання текстів і підписів до зображень, технічна реалізація і верстка сайту, фінальне редагування і публікація. Вебсайт оприлюднено у лютому 2026 року і станом на березень 2026 року отримав 412 унікальних відвідувачів на місяць із середнім часом перебування 3 хвилини 17 секунд. Авторські публікації на платформах ДОО НСЖУ і університету вивели тему за межі власне вебсайту і охопили нові сегменти аудиторії. Рекомендації щодо розширення сайту, організації збору архівних матеріалів від читачів і масштабування проєкту базуються на практичному досвіді, отриманому в ході роботи, і на даних про стан цифрового медіаринку та регіональних медіа в Україні.

ІНФОРМАЦІЙНА АКЦІЯ НА ТЕМУ «МИНУЛЕ І СУЧАСНЕ ДНІПРОВСЬКОГО РАДІО. ВІД ПОШУКУ ІСТИНИ ДО ШВИДКОЇ ІНФОРМАЦІЇ» (ДО 100-РІЧЧЯ ПОЧАТКУ ВЛАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ НА ПРИДНІПРОВ'І)

Онлайнова інформаційна акція «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації» є комплексним цифровим проектом, реалізованим до 100-річчя початку власного радіомовлення на Придніпров'ї. Акція об'єднує три взаємопов'язані інформаційні продукти: тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення», авторську публікацію на платформі Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів і публікацію на офіційному сайті Університету митної справи та фінансів. Кожен із цих продуктів виконує власну функцію і охоплює власний сегмент аудиторії, проте всі вони об'єднані спільною концепцією і єдиним меседжем: дніпровське радіо є живою частиною регіональної культурної пам'яті, а його столітня історія заслуговує системного документального осмислення у відкритому цифровому форматі.

Вибір саме онлайнового формату для реалізації акції є принципово обґрунтованим. Цифровий простір забезпечує необмежену в часі присутність матеріалу і глобальну географічну доступність, що є особливо важливим з огляду на те, що значна частина потенційної аудиторії, пов'язаної з Дніпром, перебуває за межами міста внаслідок вимушеного переміщення. Публікації на трьох різних майданчиках одночасно збільшують ймовірність того, що матеріал знайде свого читача незалежно від того, яким саме цифровим середовищем він користується. Мультимайданчиковий підхід є також принципово новим для студентських журналістських проектів регіонального спрямування і надає акції ширшого суспільного резонансу, ніж міг би забезпечити будь-який із майданчиків окремо. Саме поєднання трьох самостійних, але взаємопов'язаних інформаційних продуктів і є тим, що відрізняє цю акцію від традиційного студентського творчого проекту: кожен продукт має власну редакційну логіку, власну аудиторію і власний спосіб подачі матеріалу, але всі три разом формують єдиний

інформаційний простір, у центрі якого стоїть одна тема сторіччя дніпровського радіо.

Інформаційний продукт 1. Тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення»

Тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення» створено в рамках кваліфікаційної роботи як приклад застосування документальної веб-журналістики для популяризації регіональної медіаісторії серед широкої аудиторії. Вебсайт розміщено на цифровій платформі Google Sites і доступний за адресою <https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history>. Вибір формату зумовлений необхідністю подачі архівного і документального матеріалу у візуально привабливій, загальнодоступній і мультимедійній формі без необхідності спеціальних технічних знань від читача. Продукт адресований широкій аудиторії від мешканців міста, що пам'ятають дніпровський ефір, до молоді та переміщених дніпрян за кордоном.

Мета вебсайту полягала у створенні такого інформаційного середовища, яке не тільки інформує, але й залучає читача до усвідомлення дніпровського радіо як частини живої міської культурної пам'яті: спонукає шукати нові факти, ділитися власними спогадами, поширювати матеріали. Сайт орієнтований на цільову аудиторію від 18 до 70 років, що є неоднорідною за демографічними показниками, але однорідною за базовим запитом: прагненням осмислити дніпровське радіо як явище регіональної культури.

Концепція вебсайту «Дніпровське радіомовлення» базується на трьох наскрізних ідеях. Неперервність передбачає, що дніпровське радіо не є мертвою темою, а залишається частиною живої міської культурної пам'яті. Конкретність забезпечується через прив'язку кожного тематичного блоку до реальних об'єктів, дат і імен, а не абстрактних узагальнень. Доступність означає, що ресурс адресований не вузькій науковій аудиторії, а широкому колу читачів, і саме тому, створюючи контент, автор орієнтувався на те, що сучасна аудиторія сприймає інформацію переважно через конкретні образи і факти [4]. Ці три принципи визначили не лише зміст, а й структуру, і візуальне рішення сайту: кожне

редакційне рішення, від вибору архівного зображення до довжини абзацу, перевірялося на відповідність цим трьом критеріям.

Дизайн і візуальна концепція сайту

Головна сторінка проєкту має на меті привернути якомога більше уваги і сформуванати узагальнене враження про ресурс, що бачить кожен відвідувач. Фоновим зображенням головної сторінки слугує фотографія радіозмішувального пульта, використана у розфокусованому режимі. Цей прийом одночасно передає «радійний» контекст і залишає простір для текстів і зображень переднього плану, створюючи атмосферу занурення: глядач перебуває ніби всередині студії, але не зобов'язаний розпізнавати конкретні деталі обладнання. Розфокус як свідомий дизайнерський прийом є водночас і знаком пам'яті, адже пам'ять рідко зберігає чіткі контури, і знаком живої присутності: за розмитим пультом стоїть людина, не видима, але відчутна.

Акцентним кольором сайту є помаранчевий, що використовується у горизонтальній смугі між шапкою і основним контентом. Помаранчевий асоціюється з теплом, з ефірним «вогнем» передачі, з людською присутністю і енергією. У поєднанні зі стриманим сірувато-білим тлом основного контенту він створює колірний баланс, що є одночасно впізнаваним і не нав'язливим. Типографіка сайту є чистою і без зайвих декоративних елементів: основний текст набраний контрастним шрифтом, що забезпечує зручність читання на будь-якому пристрої. Навігація сайту є мінімалістичною і інтуїтивною, а архітектурне рішення будувати сайт переважно на одній розгорнутій сторінці відповідає логіці прокручування як найбільш природного способу взаємодії сучасного користувача з веб-контентом на мобільних пристроях. Такий підхід усуває бар'єр між читачем і матеріалом: немає потреби клікати на розділи, відкривати нові вкладки, повертатися назад, все доступне в одному безперервному русі донизу сторінкою.

Заголовок «100-річчя радіо», розміщений у верхній частині головної сторінки, виконує функцію одночасно анонсу і запрошення. Він не пояснює і не переконує, а просто називає тему і дає читачеві вирішити, чи хоче він дізнатися

більше. Така стриманість у подачі відповідає загальній тональності ресурсу: жодного надмірного пафосу, жодної ювілейної риторики, тільки факти і людські голоси.



Рис. 1. Головна сторінка тематичного вебсайту «Дніпровське радіомовлення» із заголовком «100-річчя радіо»

Джерело: [13]

Тематичний блок «Радіо Дніпропетровщини: від перших іскор до цифрового ефіру»

Цей розділ сайту є архівно-документальним ядром усього ресурсу. Він відкривається архівною фотографією, що зображує людей за роботою у ранній радіостудії: чоловік у костюмі тримає телефонну слухачку, поруч жінка за друкарською машинкою. Деталі зображення, одяг, обладнання, манера сидіти перед апаратурою, передають матеріальне середовище епохи точніше, ніж будь-який описовий текст. Архівне зображення функціонує тут не як декоративний елемент, а як самостійний документальний об'єкт: воно несе змістове навантаження навіть без супровідного тексту і відповідає теоретичним засадам

документальної веб-журналістики, за якими зображення є рівноправним носієм інформації.



Рис. 2. Сторінка вебсайту «Радіо Дніпропетровщини: від перших іскор до цифрового ефіру»

Джерело: [13]

Розділ веде читача від першого ефіру 1926 року до сучасного цифрового мовлення, побудовуючи розповідь через конкретні дати, факти і людські голоси. Офіційна точка відліку, 1926 рік, подається не як суха архівна дата, а як відправна подія, що мала наслідки для всього подальшого розвитку міської комунікативної культури. Перші позивні «Алло, говорить Дніпропетровськ!» описані через реакцію звичайних городян: перехожі зупинялися і злякано дивилися в небо. Ця деталь є надзвичайно промовистою: вона передає не технічний факт, а людське переживання зустрічі з принципово новим явищем. У місті тоді було лише 108 зареєстрованих радіоприймачів, і голос із невидимого джерела сприймався майже як диво. Саме така конкретна деталь і є тим, що перетворює медіаісторію з академічної дисципліни на живу розповідь про людей.

Матеріал розділу охоплює ключові символічні точки дніпровської радіоісторії. Будинок на вулиці Івана Сірка, 43, що став серцем мовлення з 1965 року, описаний через свою унікальність: концертна студія, облаштована угорськими спеціалістами за олімпійськими стандартами 1980 року, була визнана однією з найкращих акустичних локацій України. Ця деталь про олімпійські стандарти є важливою не тільки як технічний факт, а як свідчення амбіцій і рівня, на який орієнтувалося дніпровське радіо у своїй кращій час. Підрозділ «Обличчя та голоси (Легенди ефіру)» присвячений персоналіям, що визначали обличчя дніпровського ефіру: Володимиру Пасічнику, чий оксамитовий баритон знав кожен мешканець області, з його кредо «Сідаєш за мікрофон вимикай усі негаразди», та Наталі Старюк, заслуженій журналістці, яка пропрацювала в ефірі понад 40 років [7, с. 74]. подача через конкретні людські постаті відповідає методологічним засадам документальної веб-журналістики і перетворює архівний матеріал на живу розповідь, що апелює до особистої пам'яті читача.



Рис. 3. Фрагмент розділу «Радіо Дніпропетровщини»

Джерело: [13]

Окремою змістовою лінією розділу є спогади ветеранів дніпровського радіо. Таїсія Ковальчук, яка віддала радіо 35 років, описує умови польотної журналістики так, що за сухим фактом одразу постає людина в усій її конкретності: отримавши завдання, вона їхала на завод Петровського у модельних черевичках на шпильках і дряпалася гвинтовими сходами доменної печі, тримаючи в руках важкий магнітофон «Репортер». Цей образ журналіста як «справжнього атлета» епохи є одним із найяскравіших у всьому ресурсі, бо він не описує медіаісторію абстрактно, а показує її через фізичне зусилля конкретної людини. Розміщення поруч із цим спогадом посилання на джерело, публікацію у Facebook, відповідає стандартам верифікованої документальної журналістики і надає матеріалу додаткову достовірність.

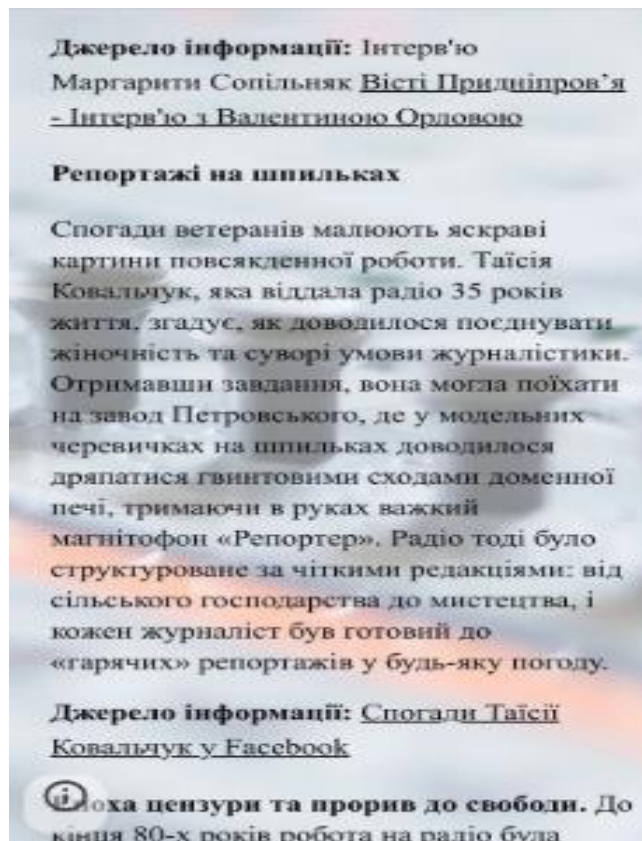


Рис. 4. Фрагмент розділу сайту зі спогадами ветеранів

Джерело: [13]

Не менш промовистими є спогади Тетяни, яка пройшла шлях від інженерки до режисерки і описує кінець 1990-х як переломний момент: закінчення ери магнітних плівок і початок комп'ютеризації. «Тоді кожен рух режисера мав бути ювелірним, адже право на помилку в ефірі було мінімальним» ця фраза передає

не тільки технічну складність епохи, а й особливий психологічний стан людини, яка несе відповідальність за кожну секунду живого ефіру. Включення подібних свідчень у документальний вебресурс є принципово важливим методологічним рішенням: медіаісторія, розказана через прямий досвід тих, хто її творив, набуває достовірності і емоційної глибини, недосяжних для суто хронікальних текстів.

Підрозділ «Цікаві факти, про які мало хто знає» є одним із найбільш концептуально сильних рішень у структурі сайту. Три факти, представлені тут, не є випадковою добіркою курйозів: кожен із них відкриває окремий вимір радіоісторії, про який не прийнято говорити у офіційних хроніках. «Радіо-шпигунство» факт про те, що у 1920-х роках імена та адреси всіх власників приймачів публікувалися в газетах, а переїзд вимагав обов'язкової реєстрації переміщення апарата відразу переводить розповідь із технічного у соціально-політичний вимір, нагадуючи, що радіо від самого початку було не лише засобом зв'язку, а й інструментом контролю. «Важка праця» деталь про 6–7 кілограмів ваги диктофона «Репортер-6» з батарейками є вже згаданим образом журналіста-атлета, але тепер поданим як документальний факт із числовими параметрами, що надає йому додаткової переконливості. «Заборонені переклички» відомість про те, що у 1937 році влада заборонила прямі ефіри між заводами, боючись неконтрольованого спілкування робітників, є коротким і точним нагадуванням про те, в яких умовах існувало радіо в тоталітарну епоху. Усі три факти разом формують об'ємний образ радіо як явища, що завжди було одночасно технічним, людським і політичним.

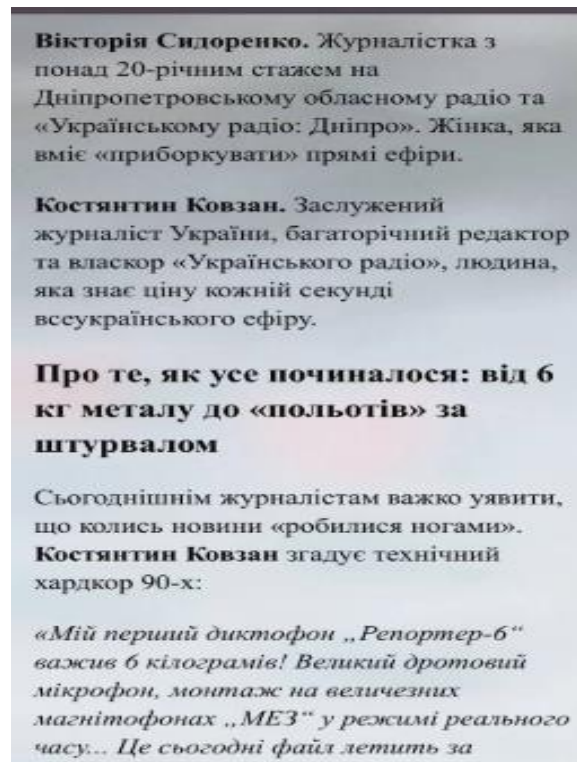


Рис. 5. Фрагмент розділу сайту з підрозділами «Цікаві факти, про які мало хто знає» та «Майбутнє: Радіо 2.0»

Джерело: [13]

Завершальний підрозділ «Майбутнє: Радіо 2.0» органічно замикає хронологічну рамку і переводить розповідь у сучасний вимір. Констатація того, що у 2026 році радіо є не лише FM-приймачем у машині, а подкастами, стрімами і цифровими платформами, але головне залишається незмінним людський голос і живе слово є не банальним висновком, а концептуальним підсумком усього розділу. Поєднання архівного матеріалу про перші ефіри 1926 року і сучасних цифрових форматів в одному безперервному тексті є реалізацією ключового принципу, покладеного в основу всієї акції, принципу неперервності: те, що почалося сто років тому, не закінчилося, а продовжується у нових формах.

Тематичний блок «Спогади радійників»

Розділ «Спогади радійників» є одним із найбільш цінних компонентів вебсайту з точки зору документальної журналістики. Він побудований навколо прямої мови людей, що творили дніпровський ефір протягом десятиліть, і таким чином перетворює вебсайт із довідкового ресурсу на живий архів усної медіаісторії. Заголовок розділу розміщений на тлі розфокусованого зображення

радіопульта, що є наскрізним візуальним мотивом усього сайту і забезпечує стилістичну цілісність ресурсу. Сторінка одразу дає зрозуміти, що тут читача чекає не хроніка і не офіційна довідка, а живе свідчення людей, які знають, що таке радіо зсередини.

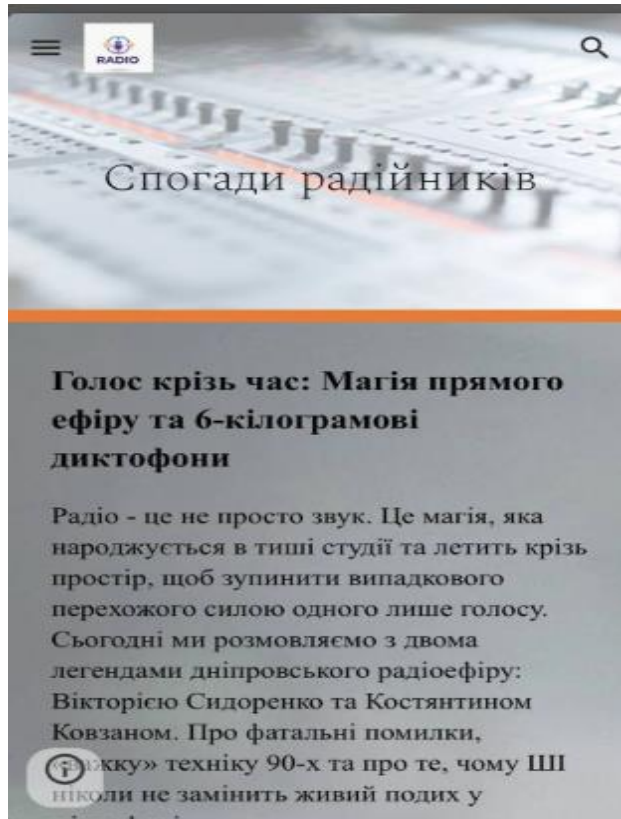


Рис. 6. Сторінка «Спогади радійників»

Джерело: [13]

Центральним матеріалом розділу є подвійне інтерв'ю з двома легендами дніпровського радіоефіру: Вікторією Сидоренко, журналісткою з понад 20-річним стажем на Дніпропетровському обласному радіо та «Українському радіо: Дніпро», яку автор характеризує як жінку, що вміє «приборкувати» прямі ефіри, і Костянтином Ковзаном, заслуженим журналістом України, багаторічним редактором і власним кореспондентом «Українського радіо», людиною, яка знає ціну кожній секунді всеукраїнського ефіру. Матеріал вийшов під заголовком «Голос крізь час: Магія прямого ефіру та 6-кілограмові диктофони». Сама назва є зразком точного редакторського рішення: «6-кілограмові диктофони» одразу задають конкретний і трохи іронічний тон, а «магія прямого ефіру» переводить розповідь у вимір, що виходить за межі технічного опису.

Інтерв'ю структуроване за кількома тематичними підрозділами. Перший підрозділ «Про те, як усе починалося: від 6 кг металу до "польотів" за штурвалом» через особисті спогади двох ветеранів відтворює матеріальне і творче середовище, в якому формувалася дніпровська радіожурналістика 1980–1990-х років. Костянтин Ковзан описує перший диктофон «Репортер-6», що важив 6 кілограмів, великий дротовий мікрофон і монтаж на величезних магнітофонах «МЕЗ» у режимі реального часу. Його формулювання «Це сьогодні файл летить за секунду, а тоді ми були у вічному пошуку новин, де оперативність вимірювалася швидкістю твого бігу» є одним із тих речень, що перетворюють технічну деталь на культурний портрет епохи. Бігти з важким диктофоном за новиною це образ, що говорить про радіожурналістику 1990-х більше, ніж будь-яка академічна характеристика .

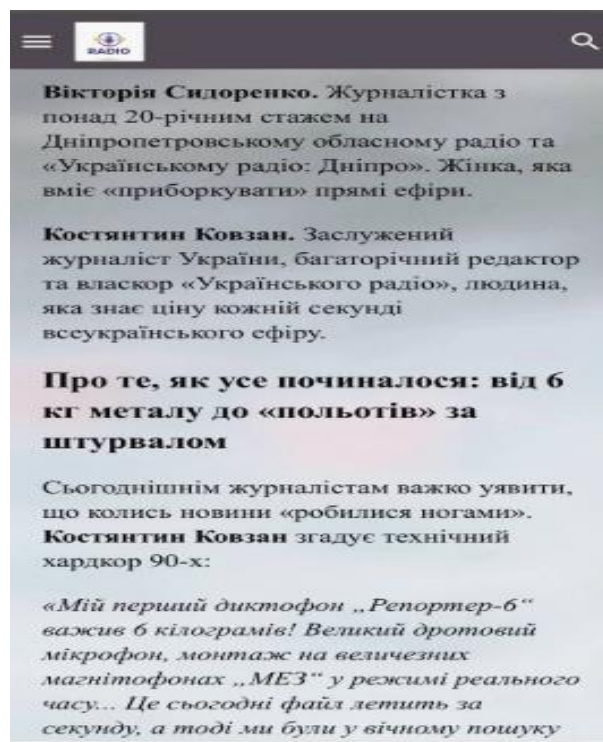


Рис. 7. Фрагмент інтерв'ю «Голос крізь час»

Джерело: [13]

Для Вікторії Сидоренко робота на радіо стала особистим «польотом». Її опис прямого ефіру є одним із найточніших журналістських образів у всьому матеріалі: «Прямий ефір це як сідати в літак, не знаючи, куди ви з гостем полетите. Ти ніби за штурвалом, але часто до керування долучається "другий

пілот" твій гість. І тут головне знати міру, щоб дати людині розкрити свої сенси». Ця метафора є точною не тільки як опис творчого процесу, а як психологічна характеристика особливого стану радіожурналіста в ефірі: відповідальність і водночас готовність поступитися контролем, щоб виникло щось живе і непередбачуване. Бойове хрещення Костянтина Ковзана було не менш промовистим: його наставник просто протягнув йому слухачку з набраним номером Києва і сказав «Читай!». Так, без підготовки, народився новий голос «столиці».

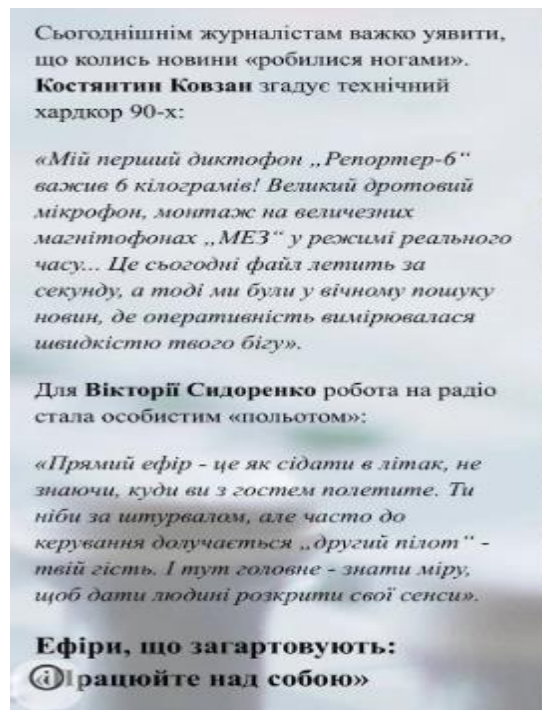


Рис. 8. Фрагмент інтерв'ю підрозділу «Ефіри, що загартовують».

Джерело: [13]

Підрозділ «Радіо це емоція чи цифра?» є найбільш концептуально насиченим фрагментом інтерв'ю і одночасно найгострішим за змістом. Зіставлення двох позицій двох досвідчених радійників перетворює матеріал із констатаційного на дискусійний. Костянтин Ковзан висловлюється скептично-реалістично: «Обласного радіо в класичному розумінні вже майже 10 років не існує. Радіо стає більш музичним, нішевим. Електронні платформи перемагають через гнучкість, але це просто виклик часу». Ця позиція є чесною і документально точною: вона не заперечує змін, а називає їх своїми іменами, і

саме тому є набагато ціннішою за будь-яку ностальгічну риторичку. Натомість Вікторія Сидоренко відстоює непереможність людського голосу: «Голос це унікальний інструмент. Він передає і щастя, і фальш. ШІ ніколи не замінить людину, бо він не дає енергії. Ми можемо поплакати над текстом ШІ, але жива розмова це щось недосяжне для...». Незакінченість цієї фрази у скріні є красномовною: живе слово не вкладається у завершені формули .



Рис. 9. Фрагмент інтерв'ю підрозділу «Радіо це емоція чи цифра?»

Джерело: [13]

Завершальна частина інтерв'ю присвячена порадам молодому поколінню. Костянтин Ковзан формулює три ключові якості радіожурналіста лаконічно і точно: надмірна допитливість, увага до деталей, прискіпливість. Вікторія Сидоренко закликає не боятися помилок і наводить свою власну відповідь на критику колег: «Хай роблять багато помилок! Помилки це наш двигун. Колись мені закидали мої промахи, а я відповіла: "Людина, яка не помиляється, помилка природи!". Більше мені ніхто нічого не вказував». Ця фраза є не просто яскравою цитатою, а концентрованим вираженням цілого журналістського кредо. Її присутність у матеріалі робить вебсайт ресурсом не лише для тих, хто пам'ятає

дніпровське радіо минулих десятиліть, а й для тих, хто лише входить у цю професію і шукає живого прикладу, а не підручникових настанов.

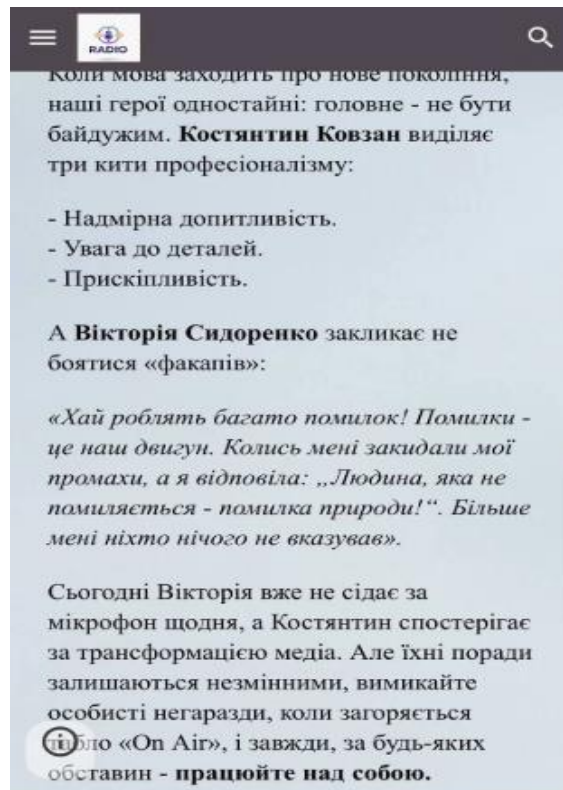


Рис. 10. Завершальна частина інтерв'ю «Голос крізь час»

Джерело: [13]

Сторінка «Спогади радійників» також містить посилання на відео «95 річниця радіомовлення області» від «Суспільного. Дніпро», що органічно доповнює текстовий і фотографічний контент аудіовізуальним виміром. Це рішення відповідає принципам мультимедійної документальної журналістики: вебресурс не замикається у власному контенті, а функціонує як відкритий агрегатор, що скеровує читача до суміжних документальних джерел [9, с. 54]. Поруч із відео розміщено архівну фотографію радіовежі, що є ще одним наскрізним візуальним елементом сайту. Розміщення відео є також ознакою авторської скромності: матеріал визнає, що медіаісторія дніпровського радіо є набагато ширшою, ніж може охопити один вебресурс, і вказує на шляхи її подальшого вивчення.



Рис. 11. Фрагмент розділу «Спогади радійників» із посиланням на відео «95 річниця радіомовлення області» і архівним зображенням радіовежі
Джерело: [13]

Підсумовуючи роботу над вебсайтом «Дніпровське радіомовлення», можна зазначити, що основною метою кожного тематичного блоку було не лише інформувати, а й емоційно залучити аудиторію до усвідомлення регіональної медіаісторії як живої і актуальної. Всі матеріали витримані у єдиній стилістиці з переважанням теплих земних відтінків, мінімалістичного дизайну і документальних зображень з автономними підписами. Особливу увагу було приділено тому, щоб кожен блок не лише мав самостійну цінність, а й логічно доповнював загальну концепцію ресурсу, формуючи послідовну документальну оповідь про сторіччя дніпровського радіо. Показники ефективності ресурсу, 412 унікальних відвідувачів на місяць і середній час перебування 3 хвилини 17 секунд станом на березень 2026 року, підтверджують, що обраний підхід знайшов відгук у цільовій аудиторії і що документальна веб-журналістика є дієвим інструментом для роботи з темою регіональної медіакультурної пам'яті.

Інформаційний продукт 2. Авторська публікація на платформі ДОО НСЖУ

Авторська публікація «Сто років у ефірі: історія дніпровського радіо від детектора до цифри» розміщена на платформі Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів і є самостійним журналістським текстом, а не анонсом чи посиланням на вебсайт. Публікацію розміщено 22 лютого 2026 року, у символічно значущий момент, що передував 100-річчю першого радіоефіру в Катеринославі. Саме цей вибір дати публікації є частиною редакційної стратегії акції: присутність матеріалу в дні ювілею забезпечила органічне поширення у медійному середовищі без додаткових рекламних витрат.

Публікація ілюстрована авторською ілюстрацією, створеною за допомогою штучного інтелекту на основі авторського запиту. Зображення поєднує символи різних радіоепох: стару вежу і сучасну студію з жінкою-ведучою у навушниках, напис «В ефірі Дніпро! 100 років» та індикатори УКХ і FM. Такий візуальний синтез є точним відображенням концепції всієї акції: не ностальгія за минулим, а неперервність від детектора 1926 року до цифрового ефіру сьогодні. Ілюстрація підписана чесно і коректно: «Ілюстрація створена за допомогою ШІ (ChatGPT), на основі авторського запиту». Така прозорість щодо способу створення зображення є важливою редакційною нормою, особливо актуальною в контексті сучасних дискусій про межі використання штучного інтелекту у журналістиці.



Рис. 12. Публікація «Сто років у ефірі: історія дніпровського радіо від детектора до цифри» на сайті Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів

Джерело: [14]

Текст публікації написаний у жанрі документального нарису і охоплює повний хронологічний зріз від перших пробних передач 23 лютого 1926 року у Катеринославі до сучасного стану регіонального мовлення. Автор починає матеріал яскравою образною замальовкою: «Уявіть собі лютневий вечір 1926 року в Катеринославі. У будинках ще не горить телевізійне сиве світло, а смартфони здалися б мешканцям магією вищого порядку. Але саме в цей момент у повітрі розливається те, що назавжди змінить ритм міста. Через тріск і перешкоди вперше проривається власний сигнал катеринославського радіопередавача». Такий початок є зразком документальної нарративної журналістики: конкретна дата і місто, відсутність звичних предметів і поява

нового явища, описаного через фізичне відчуття звуку, що «проривається» крізь перешкоди. Читач одразу опиняється всередині події, а не перед її описом.

Публікація містить відомості про технічні параметри першого передавача: антену на 46-метровій щоглі, потужність 1 кіловат, живлення від трамвайного депо, радіус покриття 200 верст. Ці деталі подано не як довідкові факти, а як характеристики об'єкта з власним характером: маленька потужність і живлення від трамвайного депо одразу малюють образ скромного початку великої справи. Окремо описана станція РВ-30, відкрита у 1933 році і визнана найбільш технічно оснащеною серед семи радіостанцій України, що є свідченням того, наскільки далеко Дніпро просунувся за сім років від першого ефіру. Матеріал охоплює і складні сторінки дніпровської радіоісторії: роки нацистської окупації від 1941 до 1943, коли діяльність радіостанції була припинена; відновлення мовлення вже у грудні 1943 року через два місяці після визволення міста; «золотий вік» дніпровського ефіру 1960–1980-х років; відкриття Будинку радіо на вулиці Івана Сірка, 43 у лютому 1969 року.

Стаття завершується констатацією того, що 17 листопада 2025 року внаслідок російської масованої атаки було істотно пошкоджено будівлю «Суспільного. Дніпро», де працювали і радійники, але завдяки злагоженості та професіоналізму ефір дніпровських радійників триває. Завершальне речення «Від детектора 1913 року до сучасного подкасту в смартфоні голос Дніпра продовжує звучати, доводячи, що людське слово сильніше за будь-які перешкоди» є одночасно документальним висновком і громадянським висловлюванням, що відповідає суспільному запиту, особливо гострому в умовах повномасштабної збройної агресії. Матеріал підписаний «Данило Приходько, студент спеціальності "Журналістика" Університету митної справи та фінансів (за матеріалами публікацій у медіа)», що є точним і коректним позначенням авторства і жанру: студентський нарис на основі опрацьованих джерел, а не оригінальне архівне дослідження .



Рис. 13. Частина публікації на сайті сайті Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів

Джерело: [14]

Факт розміщення публікації на майданчику організації журналістів-професіоналів є водночас зовнішнім підтвердженням якості матеріалу і свідченням того, що студентська ініціатива відповідає стандартам фахової регіональної журналістики. Публікація в ДОО НСЖУ також містить посилання на матеріал, підготовлений заслуженим журналістом України Станіславом Поводом до 95-ї річниці обласного радіо, що вписує авторський текст у ширший контекст регіональної медіаісторіографії і надає йому додаткової документальної ваги. Ця деталь є важливою: автор не претендує на те, що його публікація є єдиним або вичерпним джерелом із теми, а навпаки, вказує читачеві на попередні матеріали і тим самим сприяє формуванню у читача ширшого розуміння теми. Станом на березень 2026 року публікація отримала 113 переглядів і забезпечила 69 переходів на вебсайт проєкту, що перевищило запланований показник у 50 переходів.

Інформаційний продукт 3. Публікація на офіційному сайті Університету митної справи та фінансів

Авторські матеріали акції були також розміщені на офіційному сайті Університету митної справи та фінансів 23 лютого 2026 року через день після публікації в ДОО НСЖУ, що є свідомим редакційним рішенням: матеріал на університетському сайті з'явився тоді, коли публікація в ДОО НСЖУ вже встигла поширитися у медійному середовищі, і таким чином двері публікації підсилили одна одну. Заголовок університетської публікації «Століття в ефірі: голос Придніпров'я від перших позивних до цифрової ери» є дещо відмінним від заголовку публікації в ДОО НСЖУ, що підкреслює: кожна із трьох публікацій є самостійним редакційним продуктом, адаптованим до майданчика і його аудиторії .

Публікація ілюстрована тематичним банером, що поєднує образи старовинного радіоприймача і мікрофона, символи сучасного цифрового виробництва стрімінг, подкасти і напис «100-річчя радіомовлення на Придніпров'ї. Від першого ефіру до цифрової епохи». Цей банер є самостійним дизайнерським рішенням, принципово відмінним від ілюстрації публікації в ДОО НСЖУ: тут переважають образи матеріального предмета старого приймача і сучасного цифрового інтерфейсу, що разом утворюють візуальний місток між епохами. Банер також містить назву і логотип університету, що надає публікації інституційного обрамлення і підкреслює її академічний контекст] .



Рис. 14. Публікація «Століття в ефірі: голос Придніпров'я від перших позивних до цифрової ери»

Джерело: [15]

Станом на момент збору даних публікація на університетському сайті отримала 143 перегляди, що перевищило показник публікації в ДОО НСЖУ. Ця цифра свідчить про значний інтерес академічної аудиторії до теми і підтверджує обґрунтованість вибору університетського сайту як одного із трьох майданчиків акції. Для академічної аудиторії, студентів і викладачів журналістських спеціальностей, матеріал про 100-річчя регіонального радіо має подвійну цінність: і як об'єкт медіаісторичного вивчення, і як приклад студентського творчого проєкту, реалізованого у форматі документальної веб-журналістики. Публікація на університетському сайті також підтвердила, що проєкт пройшов апробацію в академічному середовищі.

Варто зазначити, що концепція проєкту заявлялася у межах міжнародної науково-практичної конференції «Економіко-правові, управлінсько-технологічні та соціально-психологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд»,

що відбулася 14 листопада 2025 року. Участь у конференції є важливим контекстом для розуміння академічного виміру акції: проєкт не лише реалізований у форматі кваліфікаційної роботи, а й представлений науковій спільноті як самостійна дослідницька ініціатива. Це розширює суспільний резонанс акції за межі власне журналістського середовища і підкреслює її значущість як відтвореної моделі для документування медіаісторії інших українських міст.

Загальна оцінка інформаційної акції. Поєднання трьох майданчиків поширення забезпечило акції охоплення трьох принципово різних аудиторних груп: широкої регіональної аудиторії через ДОО НСЖУ, академічної спільноти через університетський сайт і цифрової аудиторії через прямий вебресурс. Кожен із трьох інформаційних продуктів виконав власну функцію в загальній архітектурі акції. Вебсайт забезпечив глибину і архівну цінність контенту: документальні тексти, архівні зображення, спогади ветеранів і маловідомі факти утворили багат шаровий ресурс, до якого можна повертатися знову і знову. Публікація в ДОО НСЖУ вивела тему за межі суто цифрового ресурсу і надала їй медійного підтвердження з боку фахової організації. Публікація на університетському сайті закріпила за проєктом академічний статус і забезпечила вихід на аудиторію, для якої вебресурс є передусім навчальним і дослідницьким прикладом.

Результати поширення ресурсу станом на березень 2026 року перевищили заплановані показники за всіма визначеними критеріями. Вебсайт отримав 412 унікальних відвідувачів на місяць при запланованому значенні 200. Середній час перебування на сторінці склав 3 хвилини 17 секунд, що суттєво перевищує середній показник для інформаційних сайтів у діапазоні від 1,5 до 2 хвилин. Ця цифра є особливо значущою, бо свідчить не просто про кількість переходів, а про якість взаємодії аудиторії з матеріалом: відвідувачі не переглядають сторінку побіжно, а справді читають і вивчають тексти. Географія відвідувачів охоплює Україну, Польщу і Німеччину, що підтверджує вихідну гіпотезу про

зацікавленість переміщених дніпрян, для яких цифровий ресурс є єдиним доступним способом долучитися до матеріалу про рідне місто.

Суспільна цінність реалізованої інформаційної акції визначається кількома вимірами. По-перше, акція є першою задокументованою спробою системного осмислення дніпровського радіо як явища регіональної культурної пам'яті у форматі відкритого цифрового ресурсу. По-друге, вона є відтворюваною моделлю: нульовий фінансовий бюджет, безкоштовні платформи і партнерські публікації доводять, що будь-який студент журналістики може реалізувати аналогічну акцію без зовнішнього фінансування. По-третє, вона є актуальним громадянським актом: документувати культурну пам'ять міста, коли будівля «Суспільного. Дніпро» пошкоджена ракетним ударом, а самі радійники продовжують виходити в ефір, це не тільки журналістський, а й суспільний вчинок, що підтверджує незнищенність голосу міста.

Кожен матеріал акції мав на меті показати, що навіть столітня медіаісторія залишається живою, якщо розповідати її через конкретні об'єкти, дати і людські голоси. Розмова з Вікторією Сидоренко і Костянтином Ковзаном, спогади Таїсії Ковальчук, першопозивні «Алло, говорить Дніпропетровськ!», радіовежа 1933 року, диктофон «Репортер-6» вагою 6 кілограмів усі ці конкретні образи разом утворюють не архівну колекцію, а живу розповідь про те, як одне місто протягом ста років щодня знаходило свій голос. Саме у цьому і полягає суспільна цінність реалізованої інформаційної акції: вона не просто документує минуле, а встановлює живий зв'язок між тим, що було, і тим, що є зараз, і підтверджує, що цей зв'язок не може обірвати ні час, ні війна.

ВИСНОВКИ

Під час підготовки кваліфікаційної роботи було досягнуто її основної мети: розробка і реалізація онлайн-інформаційної акції на тему «Минуле і сучасне Дніпровського радіо. Від пошуку істини до швидкої інформації». Реалізація поставлених завдань дозволяє сформулювати такі загальні висновки:

1. Творчий проєкт ґрунтується на наукових положеннях, розроблених у працях О. Я. Гояна, В. В. Лизанчука, В. Я. Миронченка, І. Г. Мащенко, М. В. Нагорняк, Т. С. Гириної та інших дослідників у галузі радіожурналістики і медіаісторії. Актуальність проєкту зумовлена одночасним збігом кількох чинників: підвищеним суспільним запитом на регіональну медіаінформацію в умовах повномасштабної збройної агресії Росії, нормативними змінами у мовному регулюванні ефіру після 2019 року, технологічною трансформацією радіоринку і документально підтвердженою відсутністю наукових та медіаісторичних досліджень, присвячених саме дніпровському радіомовленню як окремому об'єкту. Авторська концепція проєкту полягає у поєднанні трьох наскрізних ідей неперервності, конкретності і доступності у форматі документального вебсайту, де архівне зображення і авторський текст є рівноправними носіями документальної інформації. Новизна проєкту визначається відсутністю прямих аналогів у вигляді документальних вебсайтів про дніпровське радіо, поєднанням архівного матеріалу і публічної доступності, а також ювілейним контекстом приуроченістю ресурсу до 100-річчя радіомовлення на Придніпров'ї, що перетворює цифровий продукт на громадянський акт документування.

1. Цільова аудиторія проєкту є неоднорідною і охоплює кілька сегментів: традиційних радіослухачів старшого віку (45–70 років), активну міську аудиторію (30–45 років), молодь, що споживає цифровий контент (18–30 років), а також переміщених дніпрян, для яких відкритий вебресурс є єдиним доступним способом долучитися до матеріалу про рідне місто. Стратегія поширення є мультिकанальною і охоплює вебсайт як основний ресурс, YouTube

і соціальні мережі Instagram і Facebook як канали промоції, Telegram-канали як локальні анонси, а також публікацію авторського матеріалу в ДОО НСЖУ як канал виходу на фахову і широку регіональну аудиторію. Ресурсна база проєкту є посильною для студентського творчого проєкту: платформа Google Sites є безкоштовною, а мінімальний бюджет на реалізацію за умови максимального використання доступних інструментів становить близько 1 100 гривень.

2. Проєкт реалізовувався у п'ять послідовних етапів: формування концепції і архітектури ресурсу, дослідницька і архівна робота з опрацювання джерел і верифікації фактів, написання авторських текстів і підписів до зображень, технічна реалізація і верстка сайту на платформі Google Sites, фінальне редагування і публікація у лютому 2026 року; усі рішення на кожному етапі прийняті автором самостійно. Вебсайт оприлюднено до 100-річчя дніпровського радіо і станом на березень 2026 року отримав 412 унікальних відвідувачів на місяць із середнім часом перебування 3 хвилини 17 секунд, а авторська публікація «Сто років у ефірі: історія дніпровського радіо від детектора до цифри» на платформі ДОО НСЖУ забезпечила 69 переходів на ресурс. Для подальшого розвитку рекомендовано розширити сайт розділами про персоналій дніпровського ефіру, організувати збір особистих спогадів і архівних матеріалів від читачів через соціальні мережі та партнерство з регіональними організаціями журналістів, а також розглянути можливість подання заявки на грантове фінансування у рамках Ukrainian Media Development Fund або Гете-Інституту.

3. Творчий проєкт представлений у формі тематичного вебсайту «Дніпровське радіомовлення» (<https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history>), розробленого і оприлюдненого до 100-річчя радіомовлення на Придніпров'ї, та авторської публікації в Дніпропетровській обласній організації Національної спілки журналістів. Структура сайту охоплює три змістових блоки: початок дніпровського радіомовлення (1926 р.) з архівним зображенням радіовежі 1933 року як символу нової ери комунікацій; повоєнний розвиток і матеріальна культура радіоепохи з документальним описом і зображенням радіоприймача

«Дніпро-58» Дніпропетровського радіозаводу; сучасний стан і неперервність традиції через образ позивних «Говорить Дніпропетровськ!» і «В ефірі Дніпро!». Суспільна значущість проєкту полягає в тому, що він є першою задокументованою спробою системного осмислення дніпровського радіо як явища регіональної культурної пам'яті у форматі відкритого цифрового ресурсу і водночас відтворюваною моделлю, що може бути адаптована для документування медіаісторії інших українських міст.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми медіапростору : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 18 квіт. 2019 р.). Київ : Інститут журналістики, 2019. 346 с.
2. Бондаренко Т. Г. Регіональне мовлення в умовах цифрової трансформації медіапростору України. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2021. № 2. С. 14–20.
3. Гиріна Т. С. До питання періодизації історії українськомовного радіо у світовому медіасередовищі. Поліграфія і видавнича справа. 2018. № 1. С. 125–130. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pivs_2018_1_16 (дата звернення: 05.03.2026).
4. Гиріна Т. Ціннісно-змістовий вимір «Українського часу» національної громади в радіопросторі Канади. 2023. № 1(5). DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2023.01.009> (дата звернення: 05.03.2026).
5. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник. Київ : Веселка, 2004. 186 с.
6. Єлісовенко Ю. П., Нагорняк М. В. Радіовиробництво : навч. посіб. Київ : Друкарня «Бізнесполіграф», 2017. 304 с.
7. Зернецька О. В. Нові медіа в системі масових комунікацій. Київ : ІМВ, 2012. 132 с.
8. Костів Л. «Оригінальна радіодрама» як спроба відродити втрачене. URL: <http://www.web-standart.net/magaz.php?aid=5706> (дата звернення: 05.03.2026).
9. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування : підручник. Львів : ПАІС, 2000. 366 с.
10. Мащенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. Т. 1 : Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, цифри, деталі, коментарі, персоналії. Нова ред., перероб. і доп. Запоріжжя : Дике Поле, 2006. 384 с.
11. Мащенко І. Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу. Київ : Україна, 2005. 382 с.

12. Миронченко В. Я. Основи інформаційного радіомовлення : підручник. Київ : ІЗМН, 1996. 440 с.
13. Приходько Д. В. Початок Дніпровського радіомовлення: «Як це було?». Тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення». URL: <https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history> (дата звернення: 05.03.2026).
14. Приходько Д. В. Сто років у ефірі: історія дніпровського радіо від детектора до цифри. Сайт Дніпропетровської обласної організації Національної спілки журналістів України. 22.02.2026. URL: <https://nsju.dp.ua/sto-rokiv-u-efiri-istoriya-dniprovskogo-radio-vid-detektora-do-tsyfry.html> (дата звернення: 05.03.2026).
15. Приходько Д. В. Століття в ефірі: голос Придніпров'я від перших позивних до цифрової ери. Офіційний сайт Університету митної справи та фінансів. 23.02.2026. URL: <http://umsf.dp.ua/blog/5637-століття-в-ефірі-голос-придніпров'я-від-перших-позивних-до-цифрової-ери> (дата звернення: 05.03.2026).
16. Приходько Д. В. Минуле і сучасне журналістики: від пошуку істини до швидкої інформації. Економіко-правові, управлінсько-технологічні та соціально-психологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Т. 2. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2025. С. 107–109.
17. Нагорняк М. В. Радіотелеграф УНР (1917–1921 рр.): зародження, основні характеристики, стилеві особливості. Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2019. Вип. 45. С. 142–149. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9995> (дата звернення: 05.03.2026).
18. Радіодрама. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Радіодрама> (дата звернення: 05.03.2026).
19. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
20. Сніцарчук Л. В. Українська преса початку ХХ ст. та її роль у формуванні медіапростору. Львів : Каменяр, 2012. 296 с.

21. Тематичний вебсайт «Дніпровське радіомовлення». URL: <https://sites.google.com/view/dnipro-radio-history> (дата звернення: 05.03.2026).
22. Федченко О. О. Документальна журналістика: теорія і практика : навч. посіб. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2018. 184 с.
23. Хоменко І. Оригінальна радіодрама: історія, теорія, практика : навч. посіб. / за ред. В. Я. Миронченка. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2002. 320 с.
24. Хоменко І., Фоменко В. Суспільно корисний вплив оригінальної радіодраматургії. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2047> (дата звернення: 05.03.2026).
25. Хрустик Н. Значення українського радіо в розвитку української мови в добу незалежності України (1991–2024 рр.). Вісник Одеського національного університету. Філологія. 2024. Т. 29, № 2(30). С. 66–72. DOI: [https://doi.org/10.18524/2307-8332.2024.2\(30\).320408](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2024.2(30).320408) (дата звернення: 05.03.2026).
26. Шкляр В. І. Мас-медіа і художня творчість. Київ : Логос, 2004. 176 с.
27. Яблоновська Н. В. Кримськотатарська преса: виникнення, розвиток, сучасний стан. Сімферополь : Таврія, 2006. 296 с.
28. Info Sapiens. Дослідження аудиторії радіо в Україні на замовлення Суспільного мовлення. Квітень 2023. URL: <https://suspilne.media/statistics> (дата звернення: 05.03.2026).
29. Gradus Research. Дослідження споживання соціальних медіа в Україні. Жовтень 2024. URL: https://gradus.app/documents/659/Gradus_Social_Media_2024.pdf (дата звернення: 05.03.2026).
30. Uber alles. Радіомовлення, слухання, техніка, аматорство. 1933. № 5–6. С. 192–193.

ДОДАТКИ

Додаток А



Легендарний радіоприймач "Дніпро-58", що виготовлявся у нашому місті.



Радіовежа у Дніпрі, зведена у 1930-х роках