

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ГАЛИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ**  
**ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА**  
**Кафедра видавничої справи та медіакомунікацій**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА (БАКАЛАВРСЬКА) РОБОТА**  
**за спеціальністю 061 Журналістика**  
**(Освітньо-професійна програма**  
**«Видавнича справа та медіакомунікації»)**

**Регіональне радіо як один із майданчиків журналістської практики**  
**(за матеріалами журналістського контенту УХ-Радіо)**

**Regional radio as one of the sites of journalistic practice (based on journalistic**  
**content of UH-Radio)**

Виконала: : студент II курсу, гр.Жб-21  
Рибун Назар Володимирович

Керівник: Подаряща О.І. - кандидат наук із  
соціальних комунікацій, доцент кафедри  
видавничої справи і медіакомунікацій  
Галицького коледжу імені В. Чорновола

Рецензент: канд. наук із соц. комунік.,  
доцент кафедри журналістики та ЗМК  
НУ «Львівська політехніка»  
Н. Ф. Семен

Тернопіль — 2022

## Анотація

Рибун Н. В. Регіональне радіо як один із майданчиків журналістської практики (за матеріалами журналістського контенту УХ-Радіо). Кваліфікаційна бакалаврська робота. Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола, Тернопіль, 2022.

Бакалаврська робота присвячена дослідженню регіонального радіо як одного із майданчиків журналістської практики, проаналізовано роботу журналіста на регіональному радіо.

Ключові слова: регіональне радіо, журналіст, радіожурналістика, робота журналіста.

## Abstract

Rybun N.V.

Regional radio as one of the platforms for journalism practice (based on the materials of journalistic content UH-Radio). Qualifying bachelor's thesis. Viacheslav Chornovil Galician College, Ternopil, 2022.

The bachelor's thesis is devoted to the study of regional radio as one of the platforms for journalism practice, the work of a journalist on regional radio is examined.

Key words: regional radio, journalist, radio journalism, work of a journalist

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1. Історія радіожурналістики. ....	6
1.1 Створення радіожурналістики, як одного із виду журналістики.....	6
1.2 Історичні передумови появи українського радіомовлення. ....	9
Розділ 2. Регіональне радіо як один із видів ЗМІ.....	15
2.1 Діяльність регіональних радіо. ....	15
2.2 Робота журналіста на регіональному радіо (за матеріалами журналістського контенту УХ-Радіо).....	17
Висновки .....	34
Список використаних джерел .....	36
ДОДАТКИ.....	39

## Вступ

Нині регіональне радіо є доволі розповсюдженим явищем в системі засобів масової інформації. Для слухання радіо не потрібне допоміжне приладдя: все, що потрібно для прийому радіоконтенту – це саме радіо: треба, щоби радіо трудилося, щоб всі ведучі та учасники важливих та цікавих подій могли вільно транслювати свої думки в етері.

Прослуховувати радіо можна, не відволікаючись від зайнятості, в домашніх обставинах, в транспорті або ж в машині, що насправді є доволі таки зручно. Радіо важливе і в регіональному розумінні, тому що, як впливає з назви, такий вид радійної практики орієнтується на регіон, тобто на місцеве населення. Це привертає більше уваги аудиторії до того, що відбувається саме в цьому регіоні. Також варто обов'язково зазначити те, що – як сталий вид ЗМІ – радіо існує досить успішно і стало протягом тривалого часу. Наприклад, винахід телебачення та Інтернету не вплинув на аудиторію радіо, яке не тільки не втратило своїх слухачів, але й інтегрувалось в Інтернет.

Вчені звернули увагу на специфіку, точніше, на отримання радіоінформації на слух: «ще до появи радіо було доведено, що людина намагається по можливості перевести звукові враження у зорові. Цей процес є неминуче, воно не залежить від бажання людини, бо виражає об'єктивну закономірність характеру сприйняття навколишнього світу» [2].

Отже, радіо змушує людей думати. Точніше, якщо казати сучасним словом, радіо «прокачує» фантазії та мислення і додатково викликає емоції. Тому ми розуміємо, що радіо оперує такими властивостями, які йому успішно дозволяють існувати серед різноманітних медіа: зручність, емоційність, слухове сприйняття. Основна мета радіо – є інформування аудиторії.

**Актуальність теми** полягає у розвитку нового регіонального – зокрема, спеціалізованого радіо, включно із Інтернет-радіомовленням, оскільки сучасні регіональні радіостанції випробовують нові концепції збереження та збільшення аудиторії, що викликає дослідницький інтерес.

**Метою роботи** є дослідження регіонального радіомовлення в системі ЗМІ та роботи журналіста у сфері регіонального радіо.

**Для досягнення цієї мети ставляться такі завдання:**

- простежити історію розвитку регіональної радіожурналістики;
- дослідити особливості регіонального радіомовлення;
- дослідити характер роботи журналіста на регіональному радіомовленні.

**Об'єкт дослідження** – радійна журналістська практика.

**Предметом дослідження** є регіональне радіо як один із майданчиків журналістської практики.

**Методологічною основою дослідження** стали наукові праці В. Лізанчука, Ю.В. Костюк, А. Гоян, В. Гоян, А. Білоус, В. Бабенко, З. Дмитровського, Т. Шевченко, Т. Чепурняк, Т. Гіріної. Проте найменше увага вчених охоплена питанням ефективного розвитку радіомовлення на сучасному етапі розвитку.

**Наукова новизна** отриманих результатів полягає в тому, що ми визначили динаміку показників якості регіонального радіоконтенту.

**Практичне значення** роботи полягає в тому, що вона може бути використана при написанні наукових праць з питань розвитку регіонального радіомовлення, а також при вивченні радіожурналістики та роботи журналіста на радіо в навчальних закладах.

**Структура роботи.** Робота складається із вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатків.

## **Розділ 1. Історія радіожурналістики.**

### **1.1 Створення радіожурналістики, як одного із виду журналістики.**

Як ми маємо змогу знати, новітнє радіомовлення проявилось від радіогазет. (Додаток А)

Радіогазети інформувати, а пізніше агітувати й організовувати своїх слухачів. Перші початкові ефіри всеукраїнської робітничої газети «Пролетар» були передані із Харкова, тодішній столиці України, 10 грудня 1926 року. Відтоді й на доволі великий час радіогазети стають основною формою політичного мовлення в Україні.

Радіогазетний період нашої історії радіо є доволі таки нагромадженим дослідниками і тому розглядається, як пора учнівства. Це час, коли утворився новіший вид журналістики і тільки почав засвоюватися елементи традиційної новітньої друкованої журналістики.

Радіогазета «Пролетар» не тільки продублювала свій друкований варіант. Вона взагалі мало чим відрізнялася від прародителя. Таким чином усе було, як у газеті: зміст, верстка, жанри, манера виступу матеріалу.

«Тоді за свідченнями журналу «Радіо», перші ефіри цієї радіогазети мало обличчя приблизно таке: «Десять сторінок. На п'яти сторінках наклеєні недбало вирвані із друкованої газети «Пролетар» передова стаття, закордонна інформація, по Україні й по Радянському Союзу. Де-не-де в друкованому тексті є виправлення і скорочення. Друга частина недрукована (як видно, під копірку) в редакції газети «Пролетар», заголовок нічим не різниться від «Пролетаря». Монтаж знову ж таки на зразок друкованого органу» [3].

«Працювали над радіогазетою зазвичай два диктора. Газета була оформлена двома музично-ліричними номерами і вона звучала в ефірі лише 22 хвилини. Штат радіогазети складався всього лише з однієї людини. Тоді в тому ж 1926 році були підготовлені і нарешті вийшли в ефір чотири випуски. Передавалися вони у «вільний від музичних передач час» [3].

У 1927 році радіогазета відходить від однойменного видання, поміняла назву на «Радіо-Пролетар». Штат працівників зріс до чотирьох осіб. Їм допомагали пів сотні кореспондентів, які відправляли інформацію до редакції від, наприклад, промислових підприємств, як наприклад, заводів та фабрик. Але

цього було недостатньо для підготовки радіогазет. Тому редакцією добиралося необхідні новини із різноманітних газет.

Протягом року на базі «Радіо-Пролетаря» було утворено ряд спеціальних радіо видань для різних груп населення: селян, для молоді, військовослужбовців, а також багато літературних та музичних радіожурналів.

«У 1928 роках почались зміни у редакції «Радіо-Пролетар». Там змінилось керівництво і сама редакція укомплектовується кваліфікованими працівниками. «Радіо-Пролетар» поступово відмовляється від газетних вирізок. А також зменшує кількість суміжних радіовидань. Це дозволяло зосереджувати зусилля на підготовці радіогазети і звісно підносити її якість. З початку січня 1929 року в Радянському Союзі запроваджена мережа мовлення. З'явився постійний розклад передач, що сприяло появі постійних слухачів. Досі «Радіо-Пролетар» виходило в ефір, коли появлявся вільний час. Тобто двічі, а згодом і чотири рази на тиждень. У тому ж році «Радіо-Пролетар» був перейменований в «Робітничу радіогазету». Тоді основною тематикою передач радіогазети стало показ життя колективів робітників.» [1].

У 1930 році аудиторія радіо стала чисельністю біля десятки тисяч слухачів, тобто кількість постійних слухачів збільшилась. У Мережі було до п'ятсот робкорів, від яких відправлялось щодня до півсотні листів тексту. Багато видань обирають радіогазету арбітром соціалістичного змагання.

«Від 1931 році «Робітнича газета» стала органом ЦК КП(б)У. Тепер ця газета стала провідною в системі тогочасного українського радіомовлення. Виходила двічі на добу, тобто, вранці та ввечері. Також передавала нічний тогочасний бюлетень свіжих новин, також випускали тижневий літературно-мистецький випуск.» [12].

Радіомовлення поширюється і на інші українські міста. Такі як Київ, Дніпропетровськ, Одеса, Артемівськ. Згодом, із розвитком радіо, мовлення у формі радіогазет починають і так звані трансвузли.

З 1930 року радіогазети займають основне місце в системі радянського радіомовлення. І зосереджені на всіх колах населення. Серед таких радіогазет є такі як «Радянське село», «Комсомолец України», «Червона оборона», «Піонер України» та ін.

Інформаційне радіомовлення поповнюється репортажами з місця подій. Розповіді кореспондентів доповнювалися словами учасників.

З часом подібні передачі стали традиційними. Їх вели у святкові дні аж до самого проголошення незалежності України. У них широко використовувалися різноманітні жанри та звукові ілюстрації, контрастне монтування сюжетів святкового репортажу.

Період правління Брежнєва часто називали і досі називають «застоєм». Та для досвіду інформаційної служби певна характеристика є правильною лише наполовину, бо саме в ті роки вдосконалено систему політичного інформування. Комуністичною партією розпочата ініціація складного і тривалого процесу, що займав часу в три п'ятирічки (восьму, дев'яту і десятую) і призвів радіомовлення до певного інформаційного вибуху [1]

«Тогочасне українське радіо квітня 1965 року розпочало трансляцію інформаційно-музичної радіопрограми «Промінь». Нова програма була сформована за таким же принципом, як і «Маяк»: ефірні випуски, що становили тоді основний програмний зміст, чергувалися через кожні півгодини з музикальними виступами. Така форма побудови програми допомагала в один час розважати та між тим вводити в курс новин слухачів, постійно тримаючи їх в курсі всіх найважливіших новин та державних подій й закордонного життя» [19].

Спочатку «Промінь» проводив свої передачі з сьомої вечора аж до двадцять четвертої, загалом в час тоді, як радіо збирало як найбільшу аудиторію. Програма згодом стала охоплювати ще ширший діапазон часу.

З січня 1966 року очолив головну редакцію інформації в Жигілій. Спільно з тогочасним комітетним керівництвом він зміг розробити новий, певний, спрямований ряд заходів на можливе посилене і часткове збільшення мовлення інформаційного і також надалі задоволення потреб інформації у слухачів. На це було направлено й сили й можливості робітників зв'язку та радіопромисловості. Спеціалісти були змушені нарощувати тогочасні передавально-приймальні можливості. А об'єднані сили принесли вловимий результати: за час восьмої п'ятирічки, тобто 1966 – 1970 роки, потік інформаційного мовлення з міста Києва зросли, приблизно в сім і більше разів. Характеризується таке динамічне



зростання цими показниками: у 1965 році «Останні вісті» передавали щодоби п'ять випусків новин, у 1966 – вісім, 1967 – дванадцять, 1968 – дев'ятнадцять, 1969 – знову дев'ятнадцять, 1970 – аж тридцять шість [15].

Якщо в 1966 році українська інформаційна служба радіо передавала щодоби біля ста повідомлень про внутрішньо міжнародне життя, то на закінчення восьмої п'ятирічки їх стало вже чотириста. Також зросла значно і їх оперативність. Оскільки появився прямий телетайпний зв'язок із безпосередньо від ТАРС від головної редакції інформації.

Знову збільшується обсяг інформаційного мовлення в українському радіо. До кінця дев'ятої п'ятирічки з 1 січня 1971 року в щодобовому ефірі проводилось біля сорока шести новинних випусків. Чия загалом тривалість звучання яких, до речі, перевищувала аж 5 годин. Ще ширшим стала і охопила більший ефірний час музична й інформаційна програма «Промінь» від шостої години ранку до першої години ночі.

«Випуски новин почали передавати через кожні півгодини, а не через кожну годину, як було раніше. В усіх обласних центрах були створені кореспондентські пункти, акредитовані власні кореспонденти Українського радіо, які до того діяли тільки у 15-ти із них» [1].

Також певних перемін зазнала інформаційно-музична програма «Промінь». Вона перейшла у цілодобове ефірне глаголення. Покращено інформаційну частину, оперативно висвітлюючи і коментуючи міжнародні події. Міжкордонна тематика зайняла приблизно три чверті мовного часу, відведеного для інформвипусків.

## **1.2 Історичні передумови появи українського радіомовлення.**

«З переведенням «Променя» на новіший режим роботи вдалося вирішити значний ряд проблем. Була налагоджена цілодобова передача новин українською мовою. Також збільшили частоту передачі ефірних випусків і значно підвищити оперативність інформації. Тогочасна щоденна кількість випусків ефірних новин в програмі радіо республіканського досягнула на початку 1960 року близько 52, а поруч з тим кількість вміщуваних у них повідомлень перевищила п'ять сотень. Улюбий момент радіослухачі з України тепер могли отримати новішу новинну інформацію з ефірного випуску.

Важливо також те, що й тоді радіоприймання ефіру стало практично доступним для кожної сімейства, тому що у 80-х роках в Україні вже діяло біля одинадцяти млн. радіоприймачів та близько вісімнадцяти млн. радіоточок» [19].

З певних недотач у функціонуванні радіомовлення можна побачити і визначити такі наступні:

- активність що недостатня у пошуках новаторських новинок розвитку й досвідного збагачення здобутого;

- матеріальне копіювання і значне багаторазове відтворення уже не перший раз почутого;

- у журналістів наявна схильність до парадності і певної помпезності й водночас страх інформувати відкрито про назрілі і важливі проблеми суспільного життя, а також не забуваєм спроби згладити або обійти життєві недоліки й значні труднощі.

- пропагандистська наявність штампів, формул що є стандартними і також загальних фраз;

- повтореність новин у випусках де за змістом близьких повідомлень, які мають зміни тільки в цифрах та прізвищах. Вони нагромаджували загальновідому інформацію, але не вели до якісних змін.

«Водночас найважливішим і найбільшим досягненням, а також значним свідченням якісного розвитку інформаційного мовлення у період перебудови стала ранкова інформаційна ефірна програма. Вона була створена у відповідь на кампанію зміни тогочасної радянської системи, проголошену Михайлом Горбачовим – запровадження демократичного стилю керівництва, заклик до гласності в управлінні державою та до плюралізму думок у рамках соціалістичного вибору.» [1].

«Цей клич мав для преси надзвичайне значення, бо означав собою певний, своєрідний переліт від періоду тихого однодумства до, нарешті, свободи вільного слова. Проте, так звана свобода, звісно, була з певними обмеженнями. Якщо гласність означала право на освіченість з всім, що відбувається у світі й країні, право отримувати і розповсюджувати правдиву й достовірну інформацію, не боятись за наслідки, то заклик до плюралізму розглядався як витончений спосіб контролю діяльності «підручних».

Радіожурналістам дозволили показувати весь спектр тогочасних політичних поглядів, але за однієї з умов, якщо вони не будуть виходити за межі тогочасного соціалістичного вибору» [3].

«Тоді перший ефірний випуск ранкової інформаційної програми з'явився в 1986 році. На відміну від ранкового випуску, який вона тоді заміняла, нова програма звучала уже не тридцять хвилин, а практично цілу годину з восьмої до дев'ятої. Складалася вона з кількох частин:

- афіші – найважливіший анонсний матеріал випуску новин, що, як правило, зачитували диктори;
- аналітичної частини, в якій поглиблено досліджували щойно передані новини і повідомляли інші актуальні матеріали;
- короткого резюме – заключного нагадування змісту раніше переданих новин та аналітичних матеріалів.» [1]

Окрім цього, в програмі тоді було не мало прагматичної інформації. Відомості про погоду, стан посівів, рівень води в річках і відповіді на запитання аудиторії. Все це не керувалося жорстким розкладом передач і подавалося після музичних відбивок та певних пауз.

«З свого першого дня існування, нова програма стала значним потужним інструментом для перебудови. Вона розпочала пропагувати нові методи й підходи для розв'язання насушних проблем. Тоді на конкретних прикладах і зразках ранкова програма прагнула показати, як перебудова стала втілюється в життя через демократизацію та гласність, через економічну реформу, духовно-моральне оздоровлення суспільства, нові підходи до соціальної політики.»[1].

«Висвітлюючи а також узагальнюючи досвід перебудови, інформаційно забезпечуючи цей процес, тоді ранкова програма тому й стала прикладом для наслідування. Вона почала ставати тим зламом застарілих принципів класичного радіомовлення, за якими журналісти мали тільки писати, а диктори – тільки зачитувати їхні тексти.»[19].

У супереч тим принципам і традиціям, які тоді лише породжували вузьку спеціалізацію тогочасних працівників, творці нової програми стали використовувати редакторський спосіб проведення передачі. Окрім дикторів, ранкову програму стали вести ще й радіожурналісти. Люди, які підготовлювали

її до виходу в ефір. І звісно у порівнянні з дикторами вони були ґрунтовніше ознайомлені з її змістом, а тому могли і краще подати в ефір написане [1].

Тому з розвиненням цього методу, журналісти почали не тільки коментувати новини, а й показувати і роз'яснювати складні взаємозв'язки порушених проблем. Наголошувати на закономірностях чи тенденціях громадського розвитку, або навпаки, на її випадковості й невмотивованість. Вже одне це нововведення почало надмірно розширювати можливості аналітичної інтерпретації фактів. Воно змінило саму тональність мовлення і посилило особисті моменти у викладанні новин та їхньому коментуванні.

Змінилась й звісно манера спілкування із слухачами. Вона стала природньою, ненав'язливою і звісно орієнтованою на повагу до людини. Змінилася не тільки форма, а й також зміст ранкового ефіру. У центрі уваги опинилися не просто події та процеси, а впершу чергу люди, які безпосередньо причетні до них. За допомогою цих людей інформаційна служба почала боротися з рутиною, вона утверджувала атмосферу критики, ініціативи та пошуку.

Нова форма ефірного мовлення стала завершенням багаторічних пошуків інформаційної служби, спрямованих на поєднання двох способів відображення дійсності – повідомлення фактів та їх інтерпретацію. Важливою прикметою інформаційного мовлення у роки перебудови стали прямі ефірні передачі.

«Серед цих передач слід згадати трансляції сесійних засідань ВРУ, які інформаційна служба налагодила у 1990 році. Це дозволило слухачам стежити за роботою найвищого законодавчого органу держави, розширило їхню обізнаність із процесами законотворення. Ще однією привабливою новинкою тих років стало «телефонне радіо». З його появою слухачі дістали можливість одержувати відповіді на свої телефонні звертання на радіо прямо із студії у момент передачі. Застосування телефону в практиці прямоефірного мовлення породило ціле сімейство передач.» [1].

Радіомовлення для молоді у цей період характеризувалося співвідношенням радіожурнального, монотематичного та інформаційно-музичного типів мовлення.

«Інформаційно-музичні передачі вперше з'явилися в ефірі радіостанції

«Молода гвардія» у 1987 року. Вони стали прообразом програмних концепцій перших українських розмовно-музичних недержавних радіостанцій. Інформаційно-музичний тип програм поєднав не лише різножанрові й різнотематичні матеріали, він зробив абсолютно самостійним і незалежним в єдиному контексті як інформаційну, так і музичну частини.» [17].

«Інформаційно-музичний тип програм молодіжного радіомовлення України функціонував у двох формах:

- передача;
- радіоканал (як правило, працював цілодобово й мав свій формат).»

[1].

«Інформація і музика – це ті сфери, в яких перевага радіо є незаперечною. На початку 90-х рр. суспільство жило в темпі історії того часу, повного змін і перетворень у країні. Радіослухачі хотіли оперативності в поданні інформації і швидкості в мовленні.» [12].

Важливо зазначити, що музика на радіо наразі існує як самостійна форма мовлення (музикальні аудіо-випуски) і як вираз сучасної радіожурналістики (мається на увазі використання в специфічному зв'язку зі словами і шумами). І додатково музика доповнює розповідь або несе додаткове змістове навантаження в контексті як виражальний засіб. Якщо правильно підібрана музика відповідно до змісту програми, то буде посилення емоційного впливу і з'явиться більша виразність.

Основні характеристики радіо пов'язані тим, що одержувач приймає інформацію на слух. Тому слід на увазі, що радіопередачі незворотні в часі. Звичайно, програми можуть бути записані та збережені у спеціальних архівах. Більше того, через розвиток Інтернету велику кількість програм можна знайти на сайтах радіостанцій. Крім того, найкращі радіопередачі повторюються на радіохвилях, і певна інформація передається кілька разів на день. Але це все ще спеціальні дії, які не притаманні масовому споживанню радіопродукції. Порядок програм (програм), їх чергування суворо регламентовані, і слухач неспроможна їх змінювати.

«Також варто зазначити, що за результатами аудиторського дослідження, проведеного Т. Бровченко, В. Волошина та Н. Труханової, прийнято таке

позначення сприйняття мовленнєвих ознак радіомовників: 1 – приємне; 2 – натуральний; 3 – виразний; 4 – активний; 5 – підготовлений; 6 – гладка; безкоштовно; 7 – розслаблений; 8 – емоційний; 9 – щирий; 10 – довірливий; 11 – зрозуміло, зрозуміло; 12 – цікаво; 13 – легко сприймається; 14 – інформативний багатий; 15 – логічний; 16 – правдоподібний; 17 – переконливий; 18 – авторитетний; 19 – викликає відповідний досвід; 20 – наочне зображення; 21 – викликає бажання діяти; 22 – природна інтонація; 23 – природний темп; 24 – природний об’єм; 25 – чіткий ритм; 26 – темп стабільний; 27 – чітко виділений семантичний центр; 28 – чіткий поділ на мовні відрізки; 29 – широкий діапазон голосу; 30 – чіткий поділ початку абзацу» [1].

Також потрібно розуміти що на сприйняття радіоінформації впливають звукова сила, тональна висота, темберність голосу, інтонаційність. У звуковій промові, у розбірливості та вплив головну роль відіграє інтонація, порядок слів, тип речень, відносини, в яких розташовані окремі граматичні фактори між собою, відходять на другий план. Багато дослідників говорять про значення інтонації та індивідуальні особливості того, хто говорить на радіо і телебаченні. Вони підкреслюють, що голос, його висота, тембр, музичність, плавність або уривчастість вимови, ритмічність, характер розстановки акцентів є тими важливими компонентами звукової мови, які істотно впливають на враження, яке говорить справляє на довкілля.

Потужність звуку має бути відміною. Дуже голосна історія дратує слухачів, особливо тиха – змушує вслухатися. Не можна доповідати завищеним менторським тоном. Спокійний, врівноважений тон вселяє впевненість. Вищий тон можливий бути виправданий відповідним хвилюванням.

Оптимально для радіоведучого присутність благозвучного тембру голосу такий, що не ріже слух завищеними нотами і не заглушає басами. Інтонація повинна відповідати змісту повідомлення та не суперечити йому. Логічні звернення та паузи повинні пояснювати зміст повідомлення.

## **Розділ 2. Регіональне радіо як один із видів ЗМІ.**

### **2.1 Діяльність регіональних радіо.**

Радіомовлення і суміжна специфіка не є чим-небудь застиглим. Вона змінюється у міру свого розвитку, тобто радіо має свій історичний характер. Мовленнєва практика розкриває новітніші специфічні можливості радіо: виражальні форми, створення нових жанрів, виражальні методи, тощо. Для прикладу, радіо спочатку багато в чому перекопійовала газету і набагато лише пізніше після певного розвитку закріпило практично властиві їй жанрові властивості. Зародження і створення телебачення змусило більш інтенсивного вивчення та використання специфічних особливостей радіо:

- діалогічність (не лише повідомлення, а й розмову);
- встановлення зв'язку зі слухачами (радіодебати, радіовиклики, радіомости, прямі трансляції, телефонні розмови в ефірі тощо), удосконалення засобів передачі звукових образів картин подій, що документують ситуацію, відображають атмосферу та відгукувалися на обидві сфери свідомості (збудливий та раціональну) ). [12]

Завдяки таким своїм властивостям, як повсюдність, максимальна ефективність, радіо популярне в «епоху телебачення» та в епоху Інтернету.

На сьогодні існуюча структура новітнього українського радіомовлення складається з державних, недержавних, тобто комерційних, і громадських організацій радіо. [16]

Державні організації радіомовлення – це державні радіокомпанії України, державні, районні, тобто обласні, муніципальні (міські) організації радіомовлення, редакції або радіостанції.

Національна радіокомпанія тогочасної України у 90-их роках складалася з 3 програм (каналів), орієнтованих на український радіоринок та іноземного мовника «Всесвітня служба радіомовлення України».

Приватні радіостанції в Україні також змушені дотримуватися положень Всесвітнього комітету з політики в галузі радіо і телебачення, який розробив процедуру для незалежних радіо- і телевізійних станцій колишньої радянської республіки. «Тому загальний пункт, зокрема, про незалежні приватні радіостанції, передбачає дотримання наступних вимог:

- надавати радіослухачам інформацію, що сприяє вихованню новинних і громадянських якостей.
- надати можливість висвітлити (справедливим і збалансованим чином) різні погляди на діяльність уряду.
- надавати можливості для громадянського самовираження, особливо невеликим громадським групам.
- забезпечити своєчасну демонстрацію досягнень в галузі культури.
- організувати громадську підтримку для вирішення освітніх проблем;
- стимулювання активності виборців.
- сприяння діяльності уряду.
- стимулювання економічного розвитку.
- дотримання етичних норм, що забезпечують незалежність від урядів, інших установ та організацій, які можуть поставити під загрозу об'єктивність журналістики» [2].

На додаток до комерційних форм, некомерційні форми, розроблені в Україні, також були орієнтовані на охоплення аудиторії. «У 1995 році в Україні був прийнятий Закон України “Про внесення змін до Закону України “Про телебачення і радіомовлення”. Телерадіоорганізації, а також системи Суспільного телебачення і радіомовлення» [20].

«У своїй діяльності радіоорганізації виконують основні завдання, визначені Законом «Про телебачення і радіомовлення», керуються Конституцією, Законами України та іншими законами України, щорічно звітують перед Національною Радою України з питань телебачення і радіомовлення». [24]

«Зі створенням творчого виробничого об'єднання інформаційних та журналістських Програм у Києві розпочалося надання інформаційних програм по всій Україні. Столиця також продовжувала транслювати свої програми у відділах новин, орієнтованих на іноземних слухачів. Всі інші інформаційні радіостанції були реформовані або відтворені в адміністративному районному центрі України. Зокрема, 23 з них працювали в обласних центрах, а 46 – у містах обласного підпорядкування». [13]



Невід'ємною часткою нещодавно створеної інформаційної служби були місцеві мовники, що мовлять з громадських центрів, підприємств, будівель та установ. У цих програмах радіо не тільки висвітлювало найважливіші події у своїй впливовій сфері, а й боролось з недоліками, сприяло розвитку місцевої економіки і захищало інтереси місцевого населення по відношенню до центрального уряду. Такі програми розвивали громадянську активність людей і стимулювали їх для участі у вирішенні соціальних проблем.

«Невід'ємною частиною нещодавно створеної інформаційної служби стали місцеві мовники, що мовлять з громадських центрів, компаній, будівель і установ. У цих програмах радіо не тільки висвітлювало найважливіші події у своїй впливовій сфері, а й боролось з недоліками, сприяло розвитку місцевої економіки і захищало інтереси місцевого населення по відношенню до центрального уряду. Такі програми розвивали громадянську активність людей і стимулювали їх участь у вирішенні соціальних проблем». [12]

## **2.2 Робота журналіста на регіональному радіо (за матеріалами журналістського контенту УХ-Радіо)**

Взагалі всяке регіональне радіо обирає свою специфіку, напрямок діяльності, аудиторію, тематику та багато іншого, що потрібне для вдалої праці. Як приклад новинні радіо обирають в який саме має бути формат ефіру, час новин, скільки має бути новин і їхній обсяг і тематику. Також радіо повинне визначити так звані писані і не писані правила підготовки новин. Додатково варто зазначити що всі кроки роботи на регіональному радіо залежать від складу радіо. Адже в ідеалі на радіо повинні бути присутні фахівці різного спрямування, а саме ведучий ефіру, звуко редактор, і журналіст що готує новини для запису чи ефіру як для мінімуму. Загалом новинний блок на радіо Ух-радіо має чотири блока новин по п'ять новин різної тематики і рубрику новини податкової що складається з двох новин і одного інтерв'ю. Загалом робота журналіста на радіо вимагає певних знань як теоретичного характеру так і практично-технологічного. (Додаток Б)

«Щоб детальніше пояснити потрібно глянути глибше в питання. Раніше ідеальне радіо було тим в якому на кожну діяльність було знайдено фахівця. Тобто журналіст шукає новини і можливо записує в аудіо формат,

зкукомонтажер їх редагує і записує у випадку коли це є його обов'язок на радіо, ведучий ефіру яким записує новини або зачитує їх в прямому ефірі. Знову ж таки в залежності від того який формат новин обраний на радіо така буде діяльність. Наразі досить часта картина, коли одна людина об'єднує декілька завдань. Тобто звуко редактор може об'єднувати в собі як журналіста так і свою основну діяльність. Тобто він шукає, підготовлює, редагує і записує новини.» [11]

Для прикладу основна робота на Ух радіо є запис новин і подальше їх завантаження в ефір. Тобто новини не виходять в прямому ефірі, а в них є певний розпорядок. Варто зазначити що така, що новини часто зачитуються і в прямому ефірі але це рідше і не зовсім стосується інформаційних новин. Це зазвичай певні історії цікавинки для розваги слухачів ефіру.

Також важливу роль у роботі журналіста на Ух радіо є монтаж. Незважаючи як саме основна діяльність виконується, так чи інакше вона співпов'язана із монтажем. Монтаж також означає комбінацію різних засобів вираження на радіо: слова та шум, слова та музика, шум та музика, шум і шум або всі засоби вираження одночасно. (Додаток В)

Монтаж дозволяє покращити звуковий матеріал, прибравши натяжки та залишивши найяскравіші характерні фрагменти життя що нам розповідають доповідачі чи самі журналісти; переносити звуко-мелодійні епізоди з одного місця до іншого відповідно до композиційної ідеї автора матеріалу; ущільнювати загалом і ущільнювати час за допомогою редагувальних переходів, утворювати в радіопрограмах щось схоже на звичайний час у кіно; змішувати, накладати звуки і музику один на одного в будь-якому поєднанні шумові та музичні частини програми, домагаючись максимальної художньої, інформаційної та певним чином пропагандистської виразності; сполучайте фрагменти запису на асоціативній, послідовній або паралельній основі, стикайте контрастні частини, тим самим посилюючи вплив на аудиторію.

Таким чином, радіомонтаж – це важливий процес відображення навколишньої дійсності, що породжує ланцюжок думок та ідей у свідомості слухача. Він підпорядковується ідеям журналіста, концепції програми. За допомогою редагування автор дає інтерпретацію подій, проблем. Вибір

програм, їх тематика, тривалість, чергування текстів та музики – це постановка програми, яка виконує величезну відповідальність: формує високі моральні та естетичні якості, національні та духовні цінності, громадську думку. Монтаж - це метод художнього мислення, що з психології сприйняття радіо.

Творчий процес утворення багатьох радіопрограм і двох загально важливих моментів:

- 1) фіксація звукової дійсності;
- 2) монтаж створеного матеріалу.

Технічні можливості радіо, вживання його виразних засобів визначають підготовку матеріалів, які мають активізувати розум та пробудити емоції, тобто відгукуватися на слухача у деяких сферах: емоційній і логічній.

Раціональне, логічне вплив мають радіопередачі, зміст яких насамперед має бути зрозуміло, зрозуміло. Осмислюючи, зіставляючи почуті факти з життєвою практикою, реальною дійсністю, виявляючи своє розуміння, радіослухач може зробити логічний висновок, який сприяє формуванню, утвердженню певної думки, допомагає зайняти соціальну позицію, спонукає до певних дій.

Вплив радіо на органи почуттів полягає у вмілому використанні звукових властивостей слів та інших засобів вираження.

Водночас вони сприяють створенню у слухача емоційного стану, який розкриває ставлення до фактів, подій, явищ, оцінює їх та характеризує його дії. Тому радіослухач який завжди чітко усвідомлює мотиви свого стану чи поведінки, які спонукають його до дії, він керується неусвідомленим внутрішнім емоційним імпульсом.

Природні здібності радіо сприяють створенню емоційного стану. Безупинний інформаційний потік, висловлюваний потік, оцінки, думки (певний слухач не в змозі зупинитися або сповільнитися, щоб подумати, зважити), з одного боку, ускладнює логічне мислення і, з іншого боку, допомагає створити відповідний емоційний настрій. Найбільший ефект радіовибуху досягається тоді, коли емоційні та раціональні засоби оптимально використовуються разом, коли вони доповнюють один одного, органічно поєднуються.

Також загальна форма випуску новин впливає на роботу журналіста на

радіо, а на Ух радіо повний вигляд одного блоку новин є такий:

Перша новина так як Ух-радіо є Тернопільським радіо є суто міською. Журналісту потрібно підготувати новину, що є в першу чергу цікавою і доречною для міського слухача. Також велику увагу потрібно звертати на якість статей і їх джерело. Додатково потрібно відредагувати так що стаття не була на вигляд замовною чи джинсою. Також зазначу що практика мовлення диктує свої критерії використання лексичного багатства мови: занадто багатий словниковий запас не є запорукою хорошої зрозумілості матеріалу. Чим рідше вживається слово, чим незвичніше вираз, тим важче його вивчити і зрозуміти. Тому потрібно редагувати новини так щоб вони були зручними для слухача і не занадто складними для журналіста при записі.

Також значну увагу потрібно звернути на темп запису новини. Темп мовлення журналіста радіо має бути мотивованим, відповідати змісту повідомлення. Якщо він занадто швидкий, буде збуджувати увагу та емоції слухачів, то на сприйняття інформації не вистачає часу. У таких умовах слухач не встигає осмислити повідомлення і зафіксувати його в пам'яті. Повільний темп ускладнює сприйняття, оскільки увага слухача ослаблена. Тому потрібно знайти так звану золоту серединку. Також вдало є той момент, коли журналіст знаходить свій темп, особливо окремо для кожної статті. Адже інколи вимовивши те чи інше слово повільніше чи швидше дає змогу змінити вектор уваги слухача.

Також важлива звукова потужність яка повинна бути хорошою. Дуже гучна передача дратує слухачів, особливо тиха – змушує занадто прислухатись що також мінус. Небажано говорити високим, наставницьким тоном. Спокійний, врівноважений тон вселяє впевненість. Високий тон можна виправдати відповідним хвилюванням. (Додаток Г)

«Для радіоведучого оптимально мати благозвучний тембр голосу, не різати вухо високими нотами і не приглушувати басом. Інтонція повинна відповідати змісту повідомлення, а не суперечити йому. Логічні наголоси та паузи повинні уточнювати зміст повідомлення.» [10]

Звукові засоби поділяють на три групи:

1) тональний – зміна висоти тембру голосу, що виявляється в мелодії

мовлення.

2) динамічний – розстановка та взаємовідповідність наголосів у висловлюванні та загальному динамічному цілісному ході мовлення.

3) кількісним є темп мовлення і пауза [12].

Зрештою саме радіоведучий надихає слухача прийняти висловлену ним думку, намагається донести меседж до свідомості слухача, впливаючи на логіку мислення та почуттів, то його мовлення, перш за все, має бути переконливим, з природною та живою інтонацією. Трансляція вважається переконливою, якщо вона має такі особливості:

«1. Темп мовлення – обов’язково має бути чітким, за швидкістю середнім із вмотивованими семантично змінами, завдяки яким думка що важлива виділяється у певному повільному чи прискореному темпі.

2. Також потрібно використовувати у мовленні різноманітні тональні контури з широким, але частотними природними діапазонами для цього чи іншого жанру.

3. Інтенсивність власного мовлення має бути досить вражаючою, соковитою, доволі насиченою. А відсутність належної інтенсивності робить його млявистим, сильно невиразним і досить нецікавим.

4. Паузна кількість та їх тривалість повинні визначатися рівнем мовних одиниць та окремою значущістю слів вислову. Паузи нижнього рівня таким чином, – між окремими словами чи між синтагмами – мають бути менше, ніж між мікротемами чи фоноабзацами. Семантично важливі ключові слова слід розрізняти (поряд з енергетичними та частотними характеристиками) і робити паузи, а тривалість пауз залежить від ступеня важливості цих слів.

5. При діленні мовлення на певні синтагми та різні фрази слід враховувати тимчасовий обсяг пам’яті людини – від чотирьох до десяти секунд – без перевищування цього часу.

6. Велике значення для вираження тексту що є звуковим і підготовленим має значна наявність яскравих і контрастних параметрів частоти основного тону та інтенсивності, а також чергування різноманітних форм тонального контуру, яскраве виділення смислового центру. вираження» [10].

Типовими засобами радіо також є шуми, звукові ефекти та музика.

(додаток Д)

Для прикладу ця стаття підготовлена для ефіру і є міською:

### **«У Тернополі демонтують головну ялинку міста»**

«31 січня на Театральному майдані працівники комунального підприємства «Тернопільміськсвітло» розпочали демонтаж головної новорічної ялинки міста та святкових ілюмінацій. Демонтовано уже і окремі елементи новорічно-різдвяного ярмарку. Проте ковзанка на Театральному майдані працюватиме для тернополян і гостей міста ще до завершення зимового періоду.

Нагадаємо, у Тернополі цьогоріч була встановлена штучна ялинка висотою 18,5 м, прикрашена 3D-ілюмінацією з різноманітними світловими функціями.» [30].

Тут ми можемо побачити, що матеріал новини є суспільно важливим для тернополян і повідомляють про зміни в місті. Також досить часто перші, тобто міські, новини у блоці можуть бути і про зміну маршрутів громадського транспорту, оголошення про народні віче, перекриття дороги чи її ремонт, оголошення святкових подій. Доволі часто може бути і таке, що журналіст не має що на момент підготовки блоку використати для наповнення, тоді використовуються новини-анонс, малі новини-звіти, наприклад про те що у місті зняли певну кількість реклами певними підприємствами. Зазвичай такі статті відрізняють одна від одної одним або двома реченнями де вказують числа . Також обов'язковим для використання і підготовки є новини анонси від міської ради.

Друга новина уже повинна бути із області. Журналістом підготовлено таку новину для ефіру. На що обов'язково потрібно звертати увагу при підготовці новини на обсяг, тематику і місце подій що описують в новині. Потрібно чітко розрізняти міські і обласні новини. І знову ж таки як і з попередньою статтею потрібно привернути увагу чи стаття не є замовною і джинсою. Також досить часто в обласні новини входять статті про відкриття різних будівель, суспільно-важливі події що відбуваються по області, ремонтні роботи в області (наприклад звіт про відновлення доріг, відбудова мостів, шкіл, лікарень, тощо). І знову як із міськими новинами, журналіст при відсутності

новин для насичення блоку може використати новини-анонс, малі новини-звіти, наприклад про те що у місті зняли певну кількість реклами певними підприємствами. Зазвичай такі статті відрізняють одна від одної одним або двома реченнями де вказують числа. Також обов'язковим для використання і підготовки є новини анонси від обласної ради. Досить частим прикладом є новини про очищення доріг зимою від снігу, чи кількість використання спец суміші для доріг. Такі новини також відрізняють одна від одної одним або двома реченнями.

Для показу прикладу вдалою обласної новини для радіо ефіру є **«Тернопільщина готується відзначити 150-річчя Соломії Крушельницької.»**

«Голова Тернопільської обласної державної адміністрації Володимир Труш підписав розпорядження про відзначення в області 150-річчя від дня народження видатної української співачки, уродженки Тернопільщини Соломії Крушельницької.

З цієї нагоди, зокрема, заплановано провести 27 травня в м.Тернопіль творчий звіт художніх колективів і солістів Тернопільського мистецького фахового коледжу ім. Соломії Крушельницької, а також – організувати травневий пленер учнів мистецької школи – структурного підрозділу Тернопільського мистецького фахового коледжу ім. Соломії Крушельницької.

Також у музеях, публічних та шкільних бібліотеках області діятимуть тематичні книжкові, фотовиставки, бібліографічні огляди літератури, вечори-портрети, провести науково-краєзнавчі конференції з нагоди 150-річчя від дня народження Соломії Крушельницької. Відбудуться тематичні заходи й в освітніх закладах області.» [27]

Тут можна побачити що текст є суспільно важливим, у ньому повідомляється про події що будуть відбуватись у обласні, підготовці до події, також важливо звернути увагу що новина хоч і має у собі частину що зачіпає місто є все ж таки обласна. Тому потрібно уважно звертати увагу на такі особливості статей і формувати їх правильно щоб не виходило путанини.

Третя всеукраїнська новина. Зазвичай це є новини важливої суспільної тематики чи сенсації або термінові новини. Оголошення важливих подій,

суспільних змін та інше. Для прикладу на радіо це зміни в законодавстві, судовій системі, відкриття чи проведення фестивалів або наприклад технологічні новини країни. Часто на радіо в цій частині новин повідомляє про державні події, кумедні події в країні, підписання міжобласних договорів. Вдалим прикладом всеукраїнської новини блоку є **«В Україні здорожчали пластикові пакети.»**

«Від 1 лютого українські магазини мають встановити мінімальні ціни на пластикові пакети: до цього їх зобов'язав уряд. Тепер торбинки коштуватимуть щонайменше дві-три гривні. Усе залежатиме від того, чи мають вони ручки та бокові складки. Новації стосуватимуться пластикових мішечків, товщина стінок яких понад 50 мікрометрів. Йдеться про цупкі пакети, що продаються на касі супермаркетів.

Щодо популярних так званих "маєчок", то розповсюджувати їх заборонять уже на початку весни. Згодом з обігу повинні зникнути усі поліетиленові пакети, крім біо-розкладних.» [22]

Тут можна побачити що стаття є важливою для суспільства, вона повідомляє про зміни що впливають на людей і є терміновими.

Четверта новина новинного блоку це міжнародна або іншими словами закордонна новина. Це практично теж саме що попередні статті тільки із закордону. Також важливим є те, щоб не обирати новини християнської тематики або із Ватикану. Це не обов'язково мають бути новини релігійної тематики, але якщо говорити суто із концепції Ух радіо то це буде помилка через присутність на радіо рубрики «Християнські новини». Загалом на радіо закордоні новини найлегше підготувати через набагато більшу кількість новин порівняно з Україною. Зазвичай журналіст використовує новини із рубрик цікавинки, курйози, технології. Рідше суспільні новини.

**«Житель Швейцарії змінив стать, щоб раніше вийти на пенсію.»**

«Адміністративна лазівка, за допомогою якої вдався чоловік, дозволяє людині офіційно змінити стать - достатньо надіслати відповідне звернення. Цим і скористався 60-річний житель кантону Люцерн. Тепер він отримуватиме пенсію з 64-х років замість 65-ти.

Тож отримувати пенсію (страховку по старості та у зв'язку із втратою



годувальника) він зможе на рік раніше. На все це йому знадобилося 10 хвилин розмови з чиновником та 72 євро для оплати реєстрації.

При цьому розмір допомоги коливається в межах від 13 400 до 27 000 євро. При цьому чоловік відкрито зізнався рідним та близьким, що його мотивація стати жінкою мала виключно фінансовий характер.» [23]

Тут одразу зрозуміло що підібрана для ефіру новина є курйозною і буде цікавою для слухачів.

П'ята і остання новина із блоку це спортивна. Вона є одночасно найпростіша і найскладніша. Найпростіша бо спортивних новин завжди багато і є з чого вибрати і про що розказати, а найскладніше це редагування і підготовка таких новин. Дуже часто у підготовці спортивної новини виникає багато труднощів. Як приклад це імена чи спортивні сленги. І якщо за сленгами ще можна розібратись чи замінити як для полегшення роботи при підготовці новини так і для слухача який не завжди орієнтується в спортивному сленгу. То з іменами при уже більші проблеми. Також великий мінус більшості спортивних новин це їх малий обсяг. Велика частина спортивних новин менша 50 слів, що є дуже великий мінус для більшості спортивних журналістів. А для вдалого новинного запису на радіо кожна стаття повинна мати від 75 слів і не більше 125. Що зумовлює певні труднощі для журналіста. Для вдалого прикладу обрано таку статтю. Після певної редакційної обробки вона стала набагато читабельна ніж була.

**«Монастириські боксери здобули три золоті на турнірі в Івано-Франківську.»**

«З 30 по 31 січня в Івано-Франківську відбулася відкрита першість Спортивного Клубу “Форум” з боксу серед школярів, в якій брали участь команди з Чернівців (два колектива), Кам'янець-Подільського, Івано-Франківська (6 команд), Богородчан і Монастириська Тернопільської області.

Як повідомив тренер юних боксерів з Монастириська, за результатами дводенних запеклих боїв команда виборола три золотих нагороди та три срібних нагороди. Також за його словами він пишається хлопцями, які достойно представили власну школу боксу.» [25].

Також потрібно звернути увагу на те що спортивна новина не може бути

розміщена на місці попередніх чотирьох і потрібно розрізняти де спортивна а де наприклад повідомлення про будівництво спорткомплексу.

Загалом при підготовці новин на Ух радіо журналіст обробляє мінімум сто новинних статей, але насправді це число більше мінімум вдвічі.

Наступне що стосується новин на Ух радіо є «Новини податкової». Рубрика звучить на Ух радіо що вівторка о 16 годині і включає в себе дві інвормацийні статті і інтерв'ю із гостем. Загалом журналіст має більше ніж дві статті перед інтерв'ю але перше що потрібно зробити перед розмовою це обрати і відредагувати новини, але не завжди їх є більше ніж дві. Для прикладу Радіопередача «Податкова служба інформує» за 17 січня 2022 року.

### **«Блок 1. Новини ДПС»**

1. Торік платники податків Тернопілля сплатили до Державного бюджету України понад 4,8 млрд грн податків і зборів. Приріст до січня-грудня 2020 року склав 23 відсотки або на 910 млн грн більше.

Майже половину надходжень складає податок на додану вартість. Упродовж минулого року наші краєни сплатили 2,3 млрд грн цього платежу. Порівняно з аналогічним періодом 2020 року ПДВ надійшло на 16 відсотків більше або плюс 313,1 млн гривень.

Другим за значимістю в наповненні державної скарбниці є податок на прибуток підприємств. Підприємства, організації та установи нашого краю перерахували 706,5 млн грн даного платежу. При цьому сплата зросла на 57 відсотків, а це на 255,3 млн грн більше, ніж у січні-грудні 2020 року.

Суттєво зросли торік і надходження акцизного податку. Так, порівняно з попереднім роком держбюджет отримав цього платежу на 84 відсотки або 13,3 млн грн більше. Адже минулоріч виробники підакцизної продукції нашого краю сплатили 29,1 млн грн акцизного податку.

2. Торік суб'єктам підприємницької діяльності – юридичним особам Тернопільщини з державного бюджету відшкодовано грошовими коштами 732 млн грн податку на додану вартість, що на 186 млн грн більше, ніж у 2020 році.

Загалом у січні-грудні минулого року про відшкодування податку на додану вартість повідомили 152 суб'єкти господарювання краю. Заявлена платниками до повернення сума склала 771 млн гривень.

3. Минулого року суб'єкти господарювання Тернопілля сплатили майже 5 млрд грн єдиного соціального внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Порівняно з 2020 роком сплата зросла на 21 відсоток або плюс 866,3 млн гривень.

Податківці нагадують, що єдиний внесок є джерелом наповнення фондів соціального страхування, з яких здійснюються виплати пенсій, забезпечуються соціальні гарантії на випадок безробіття, нещасних випадків на виробництві чи професійних захворювань. Тому варто мати на увазі, що несплачений єдиний внесок призводить до втрати страхового стажу, необхідного для призначення пенсій у майбутньому. Адже періоди роботи зараховуються до страхового стажу лише за умови сплати страхових внесків у сумі не меншій, ніж мінімальний, а з січня 2022 року це – 1430 гривень.

4. На початок січня 2022 року Головним управлінням ДПС у Тернопільській області сформовано 4998 електронних висновків щодо повернення помилково або надміру сплачених коштів. Відтак платникам повернули 54,9 млн гривень.

Варто мати на увазі, що електронний сервіс «Е-повернення» суттєво спрощує процедуру повернення помилково та/або надміру сплачених платежів. Адже платники податків мають змогу дистанційно подати заяву на повернення коштів через Електронний кабінет у «три кліки», при чому у режимі – 24/7.

## **Блок 2. Новини законодавства**

«1. Як інформують в Головному управлінні ДПС Тернопільській області, суб'єкт господарювання, який має намір зареєструвати програмний реєстратор розрахункових операцій, повинен перебувати на обліку в контролюючому органі. Також на обліку має перебувати його господарська одиниця, де буде використовуватись ПРРО, про яку суб'єкт господарювання повідомляє контролюючий орган за ф. № 20-ОПП.» [28].

Реєстрація програмного РРО здійснюється на підставі Заяви за формою № 1-ПРРО, що подається у електронній формі за основним місцем обліку суб'єкта господарювання як платника податків через Електронний кабінет (портальне рішення для користувачів або програмного інтерфейсу або засобами телекомунікацій).

Після включення програмного РРО до реєстру програмних реєстраторів розрахункових операцій такий програмний РРО може використовувати суб'єкт господарювання. [28].

2. У податковій службі нагадують, що з 1 січня стартувала кампанія декларування громадянами доходів, одержаних впродовж 2021 року. Річну податкову декларацію про доходи за минулий рік зобов'язані заповнити і подати до 1 травня громадяни та самозайняті особи, котрі отримали доходи, з яких торік не сплачено податок на доходи фізичних осіб.

«Згідно з вимогами Податкового кодексу України обов'язковому декларуванню підлягають:

- доходи, з яких при нарахуванні або виплаті ПДФО не утримувався;
- доходи від особи, яка не є податковим агентом (в тому числі від здачі в оренду власного рухомого чи нерухомого майна, продажу власного майна, продажу власної сільгосппродукції фізичним особам, тощо);
- спадок від осіб, які не є членами сім'ї першого та другого ступеня споріднення, та подарунки від осіб, які не є членами сім'ї першого ступеня споріднення;» [28].
- додаткове благо, зокрема, дохід у вигляді основної суми боргу (кредиту) платника податку, прощеного (анульованого) кредитором за його самостійним рішенням, не пов'язаним з процедурою банкрутства, до закінчення строку позовної давності, якщо його сума перевищує 25 відсотків однієї мінімальної заробітної плати (у розрахунку на рік), встановленої на 1 січня звітного податкового року;
- доходи від продажу інвестиційних активів;
- іноземні доходи.

### **Блок 3. Актуальне інтерв'ю**

**Ведучий:** Про звітність в електронному вигляді та як підготуватися до річного звітування сьогодні розповість гостя студії – **начальниця відділу ліцензування роздрібної торгівлі алкогольними напоями, тютюновими виробами та паливом управління контролю за підакцизними товарами Наталя Кунцьо.**

**«Питання 1. Які зміни в адмініструванні акцизного податку з тютюну**

у 2022 році?

**Відповідь:** У 2022 році змінено порядок сплати акцизного податку з роздрібного продажу тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, до місцевого бюджету – платником стає виробник, або імпортер тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, а не продавець.» [28].

«Зміни щодо акцизного податку з реалізації суб'єктами господарювання роздрібної торгівлі підакцизних товарів з тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, **набирають чинності з 01.01.2022 р.**, але не раніше дня набрання чинності змін до Бюджетного кодексу України в частині запровадження механізму зарахування акцизного податку з реалізації роздрібної торгівлі підакцизних товарів з тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, до місцевих бюджетів.» [28].

**Питання 2. Які ставки акцизного податку на алкоголь діють з першого січня?**

**Відповідь:** 1 січня 2022 року набрав чинності Закон України від 30.11.2021 р. №1914-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень», яким збільшено з 1 січня 2022 року ставки акцизного податку на спирт етиловий, інші спиртові дистиляти та алкогольні напої.

«Зокрема:

- якщо раніше за 1 л 100-відсоткового спирту етилового не денатурованого ставка акцизного податку становила 126,96 гривень, то тепер 133,31 гривень;
- зросла ставка і за алкогольні напої з додаванням або без додавання етилового спирту – зі 126,96 до 133,31 гривень;
- ставка акцизного податку за пиво із солоду (солодове) тепер становить 59,82 замість 2,78 гривень;
- зросла ставка

- за вина ігристі та вина газовані – з 11,65 до 12,23 гривень;
- за вина та інші зброджені напої без додавання етилового спирту – з 8,02 до 8,42 гривень;
- а за сидр і перрі (без додавання спирту) – з 1,06 до 1,11 гривень за 1 л.

Проте, варто врахувати, що зміни до Податкового кодексу України щодо ставок акцизного податку на алкогольні напої набирають чинності з першого числа третього місяця, тобто з 01.03.2022 р.» [28].

**«Питання 3. У який термін з дня внесення змін щодо відомостей, зазначених у виданій ліцензії, суб'єкт господарювання повинен звернутися до податкового органу ?**

**Відповідь:** Змінами покладено обов'язок на суб'єкта господарювання у місячний термін з дня внесення змін щодо відомостей, зазначених у виданій ліцензії (за винятком змін, пов'язаних з реорганізацією суб'єкта господарювання та/або зміною типу акціонерного товариства), звернутися до органу, який видав ліцензію, з відповідною заявою.

На підставі заяви суб'єкта господарювання протягом трьох робочих днів орган, який видав ліцензію, видає суб'єкту господарювання ліцензію, оформлену на новому бланку з урахуванням змін.» [28].

**Питання 4. Чи зобов'язаний суб'єкт господарювання для отримання ліцензії на підакцизні товари реєструвати об'єкт оподаткування? [28].**

**«Відповідь:** Відповідно ст.15 Закону України №481 доповнено новою частиною, згідно з якою ліцензії на всі види діяльності, видаються за умови обов'язкової реєстрації об'єкта оподаткування відповідно до вимог пункту 63.3 статті 63 Податкового кодексу України.

Згідно з вимогами пункту 63.3 статті 63 Податкового кодексу України з метою проведення податкового контролю платники податків підлягають реєстрації або взяттю на облік у контролюючих органах за місцезнаходженням юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб, місцем проживання особи (основне місце обліку), а також за місцем розташування (реєстрації) їх підрозділів, рухомого та нерухомого майна, об'єктів оподаткування або об'єктів, які пов'язані з оподаткуванням або через які

провадиться діяльність (неосновне місце обліку).» [28].

**Питання 5. Які зміни відбулися щодо анулювання ліцензії на підакцизні товари? [24].**

**«Відповідь:** У формулюванні «Ліцензія анулюється шляхом прийняття органом, який видав ліцензію, відповідного письмового розпорядження на підставі», виключено слово «письмового».

Також змінилися підстави для анулювання ліцензії.

- зокрема, якщо раніше підставою для анулювання ліцензії була «несплата чергового платежу за ліцензію протягом 30 календарних днів від моменту призупинення ліцензії», то після змін для анулювання ліцензії достатньо самого факту «несплати чергового платежу за ліцензію».

- з підстав для анулювання ліцензій у зв'язку із рішенням суду про встановлення факту незаконного використання суб'єктом господарювання (у тому числі іноземним суб'єктом господарювання, який діє через своє зареєстроване постійне представництво) марок акцизного податку (стосовно імпортерів); рішення суду про встановлення факту торгівлі суб'єктом господарювання (у тому числі іноземним суб'єктом господарювання, який діє через своє зареєстроване постійне представництво) алкогольними напоями або тютюновими виробами без марок акцизного податку; законодавцем виключено вказівку, що такі факти мають бути обов'язково встановлені рішенням суду, тоді як після змін достатньо встановлення таких фактів саме податковим органом.» [28].

- окрім цього, додатковими підставами для анулювання ліцензії стали:

а) встановлення факту здійснення роздрібної торгівлі через реєстратори розрахункових операцій (книги обліку розрахункових операцій), не зазначені в ліцензії;

б) встановлення факту відсутності суб'єкта господарювання (у тому числі іноземного суб'єкта господарювання, який діє через своє зареєстроване постійне представництво) за місцезнаходженням та/або за місцезнаходженням провадження діяльності, які зазначені у виданій ліцензії;

в) порушення термінів звернення до органу ліцензування щодо зміни

відомостей, зазначених у виданій суб'єкту господарювання (у тому числі іноземному суб'єкту господарювання, який діє через своє зареєстроване постійне представництво) ліцензії; [28].

г) відмови, без законодавчих підстав, від доступу представника контролюючого органу до проведення перевірки відповідно до вимог статей 80, 81 Податкового кодексу України, на підставі акта, складеного посадовими (службовими) особами податкового органу, який засвідчує факт відмови.

«Також з норми, що ліцензія анулюється та вважається недійсною з моменту одержання суб'єктом господарювання (у тому числі іноземним суб'єктом господарювання, який діє через своє зареєстроване постійне представництво) розпорядження про її анулювання, виключено вказівку, що таке розпорядження має бути письмове, в той же час зазначено, що воно має бути направлено в електронній формі засобами електронного зв'язку. Тобто змінено порядок інформування суб'єкта господарювання про анулювання його ліцензії, з письмового розпорядження на направлення розпорядження в електронній формі засобами електронного зв'язку.» [28].

**Питання 6. Які зміни відбулися у порядку подачі документів для отримання ліцензії?**

**«Відповідь:** Відповідно до ч.13 ст.15 Закону в частині розширення способу подання суб'єктом господарювання заяви про видачу ліцензії, зазначено, що ліцензія видається за поданою нарочно, поштою або в електронному вигляді заявою, тоді як до змін зазначалось за заявою, без вказівки способу її подання (виключенням в даному випадку є ліцензії на оптову торгівлю паливом за наявності місць оптової торгівлі паливом, роздрібну торгівлю паливом, зберігання пального з метою подальшої його реалізації іншим споживачам).» [28].

**Питання 7. Які зміни відбулися у процедурі призупинення ліцензій ?**

**«Відповідь:** Призупинення ліцензії – тимчасове позбавлення суб'єкта господарювання права на провадження зазначеної в ліцензії діяльності у разі несплати чергового платежу ліцензії виключено. У разі несплати чергового платежу за ліцензію податковий орган приймає рішення про анулювання ліцензії.» [28].



**Ведучий:** А якщо у вас, шановні слухачі, виникли запитання щодо оподаткування, звертайтеся до Центрів обслуговування платників за місцем вашої реєстрації. Також уся необхідна інформація розміщена на порталі ДПС України – *tax.gov.ua* та субсайті Територіальних органів ДПС у Тернопільській області - *tr. tax.gov.ua*.

Більше новин можна дізнатися на Facebook на офіційній сторінці ДПС у Тернопільській області.» .

## Висновки

У цій бакалаврській роботі досліджено специфіку регіонального радіо, роботу журналіста на регіональному радіо та підтверджено, що радіо було, є і буде популярним джерелом розповсюдження масової інформації. Розглянувши і дослідивши теоретичні дослідження в галузі радіожурналістики, ми побачили, що радіо стало успішним видом медіа, функціонуючи не одне десятиліття як ЗМІ. При цьому винахід телебачення та інтернету не вплинуло на радіоаудиторію: радіо практично не розгубило своїх слухачів. Нами визначено специфіку сучасного радіомовлення, яка полягає в тому, що вона не є чимось замороженим, а стрімчасто розвивається. Контент регіонального радіо змінюється в міру розвитку подій, а мовна практика розкриває новітні особливі здібності радіо: форми, жанри, методи подачі тощо.

Популярність регіонального радіо пояснюється такими властивостями як інтерес аудиторії, оперативність, зручність та емоційність подачі контенту. Пояснюється це тим, що для телевізійного випуску потрібно підготувати оператора, ведучого, змонтувати відео, а для радіо досить просто написати та відредагувати текст, здійснити запис або виступ в ефірі випуску. Також нами визначено, що важливу роль у роботі журналіста на радіо відіграє монтаж. Незважаючи на те, як здійснюється основна діяльність регіонального радіожурналіста, вона так чи інакше в кінцевому результаті пов'язана з монтажем. Монтаж додатково означає поєднання різних засобів радіовираження: слова і шум, слова і музика, шум і музика, шум і шум або всі засоби виразності одночасно.

Ми зрозуміли, що вчені звертають увагу на особливості сприйняття радіоінформації на слух. І можна сказати, що радіо змушує людей працювати. Точніше, розвивати уяву та мислення, а також викликає емоції. Також дослідники визначили, що для успішної роботи над записом журналістові потрібні навички читання новин, а також робота над інтонацією, тембром та багато іншого.

У цій науковій роботі ми досягнули поставлених цілей – тобто, вивчили особливості функціонування регіональної радіожурналістики, роботу обласного радіо в цілому та роботу журналіста на обласному радіо.

Ми описали особливості радіо, творчі форми його функціонування, більш детально з'ясували особливості регіональної радіожурналістики в Україні як в стані його розвитку, так і на сучасному етапі, схарактеризували становлення комерційного та державного місцевого радіо, специфіку діяльності та розвитку регіонального радіо, а також тематичний напрямок і те, як регіональне радіо формує програму передач. Особливо ми проаналізували роботу журналіста на регіональному радіо.

Загалом ми визначили, що кожна регіональна радіостанція обирає свою специфіку, напрямок діяльності, аудиторію, тематику та багато іншого, що потрібно для успішної роботи. Наприклад, новинні радіостанції вибирають формат трансляції, час випуску новин, кількість новин, їх обсяг і тематику. Вони також визначають так звані неписані правила підготовки новин.

Підсумовуючи проведені дослідження, можна зробити висновок, що специфіка регіонального радіомовлення є живою творчістю. Вона змінюється в міру розвитку. Зрозумілим також є і те, що практика регіонального радіомовлення відкриває нові специфічні можливості радіо, і під час роботи на регіональному радіо журналістові необхідно звернути особливу увагу на контентний (актуальність, важливість, правдивість саме місцевого інформаційного поля) та звуковий (тональність – зміна висоти голосу, що виявляється в мелодії мовлення, динамічність – розстановка та відповідність наголосів у висловлюванні та загальний динамічний цілісний хід мовлення, кількісність – темп мовлення та пауза) набір засобів впливу на місцеву аудиторію.

## Список використаних джерел

1. Антонова О. В., Кулініч О.О. Радіожурналістика Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності Журналістика. Луганськ: Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2012. 238 с.
2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: підручник К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 190 с.
3. Гоян О. Я. Радіостанція як ділове підприємство: методика журналістської творчості : посіб. для студ. Ін-ту журн. К. : Інституту журналістики, 2001. 201 с
4. Гиріна Т. С. Дитяче радіомовлення в Україні: структурно-функціональний та творчий дискурс: автореф. дис. канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 Класич. приват. ун-т. - Запоріжжя, 2013. 20 с.
5. Гиріна Т. С. Соціальні комунікації в сучасному інформаційному суспільстві монографія Класич. приват. ун-т. — Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2016. - 207 с. : рис., табл. - Бібліогр. в кінці ст. 300
6. Гиріна Т. С. Українськомовне радіо у світовому медіапросторі монографія Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Запоріжжя : КПУ, 2018. 295 с.
7. Гиріна Т. С. Феномен пропаганди та антипропаганди у сучасному світі: історико-політологічний монографія Запоріз. обл. т-во дослідників історії і культури Центр. та Схід. Європи, Запоріз. нац. ун-т, Іст. ф-т, Каф. всесвіт. історії та міжнар. відносин. - Запоріжжя : Інтер-М, 2018. - 385 с
8. Дворянин П. Звукова атмосфера у радіотворчості Теле- та радіожурналістика. 2009. № 8. С 145 150.
9. Здоровега В. Теорія і практика журналістської творчості: підручник 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2005. 268 с.
10. Качкан В. А., Лизанчук В. В. Особливості підготовки матеріалів для радіо і телебачення : навч. посібн. Львів : Редакційно-видавнича група ун-та, 1987. 68 с.
11. Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці : підручник 2-ге вид., доп. Львів, 1997. 189 с.

12. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування : підручник Львів: ПАІС, 2000. 366 с.
13. Лизанчук В. Основи радіожурналістики : підручник К.: Знання, 2006. 689 с.
14. Лизанчук В. Радіоінтерв'ю: чи це найпростіший жанр? Теле- та радіожурналістика. 2011. №10. С. 14-30.
15. М. П. Бажан ; редкол.: О. К. Антонов та ін. (1984). Українська радянська енциклопедія, т. 11, кн. 2. Голов. ред. УРЕ. с. 220, 342.
16. Миронченко В. Інформаційне радіомовлення України: Сторінки історії : навч. посібн. К., 1996. 57 с.
17. Миронченко В. Основи інформаційного радіомовлення : підручник К., 1996. 400 с.
18. Хоменко І. А. Оригінальна радіодрама : навч. посібн. / ред. В. Я. Миронченка. К. : Вища шк., 2002. 200 с.
19. «Інформаційний вибух» і творчий застій URL: [https://perviydoc.ru/v39410/пенчук\\_і.л.\\_основи\\_радіожурналістики?page=15](https://perviydoc.ru/v39410/пенчук_і.л._основи_радіожурналістики?page=15) (дата звернення 09.12.2021)
20. Безчотнікова С. В. Технології сучасного комерційного радіомовлення: функціональний тип, формат, URL: [http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/is/2011\\_13/Bezchotn.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc_gum/is/2011_13/Bezchotn.pdf)
21. Безчотнікова С. В. Технології сучасного комерційного радіомовлення: функціональний тип, формат, контент / С. В. Безчотнікова // [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/is/2011\\_13/Bezchotn.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc_gum/is/2011_13/Bezchotn.pdf)
22. В Україні здорожчали пластикові пакети. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/v-ukrayini-zdorozhchali-plastikovi-paketi-skilki-koshtuvatimut-1966315.html> (дата звернення 01.02.2021)
23. Житель Швейцарії змінив статъ, щоб раніше вийти на пенсію URL: <https://apnews.com.ua/ua/news/zhitel-shveitsarii-zminiv-stat-shchob-ranishе-viiti-na-pensiiu/> (дата звернення 01.02.2021)
24. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> дата звернення 02.12.2021

25. Монастириські боксери здобули три золота на турнірі в Івано-Франківську URL: <https://www.gazeta1.com/statti/monastyriski-boksery-zdobuly-try-zolota-na-turniri-v-ivano-frankivsku-foto/> (дата звернення 01.02.2021)

26. Стрижеус А. В. Засади красномовства у радіожурналістській майстерності Наукові записки Інституту журналістики. Том 16. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1347> (дата звернення 01.02.2021)

27. Тернопільщина готується відзначити 150-річчя Соломії Крушельницької URL: <https://oblast-te.com.ua/mysteczki-zahody-stvorenniya-filmu-ta-vydannya-knyg-ternopilshhyna-gotuyetsya-vidznachyty-150-richchya-solomiyi-krushelnryczkoyi/#> (дата звернення 01.02.2021)

28. Тернопільський сайт ДПС у Тернопільській області URL: [tr. tax.gov.ua](http://tr.tax.gov.ua).

29. У Тернополі демонтують ноловну ялинку міста URL: <https://ternopilcity.gov.ua/news/57146.html> (дата звернення 01.02.2021)

30. Ширченко Я. Стан розвитку професійної етики вітчизняного телебачення і радіомовлення Наукові записки Інституту журналістики. Том 13. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1207> (дата звернення 01.02.2021)

# ДОДАТКИ



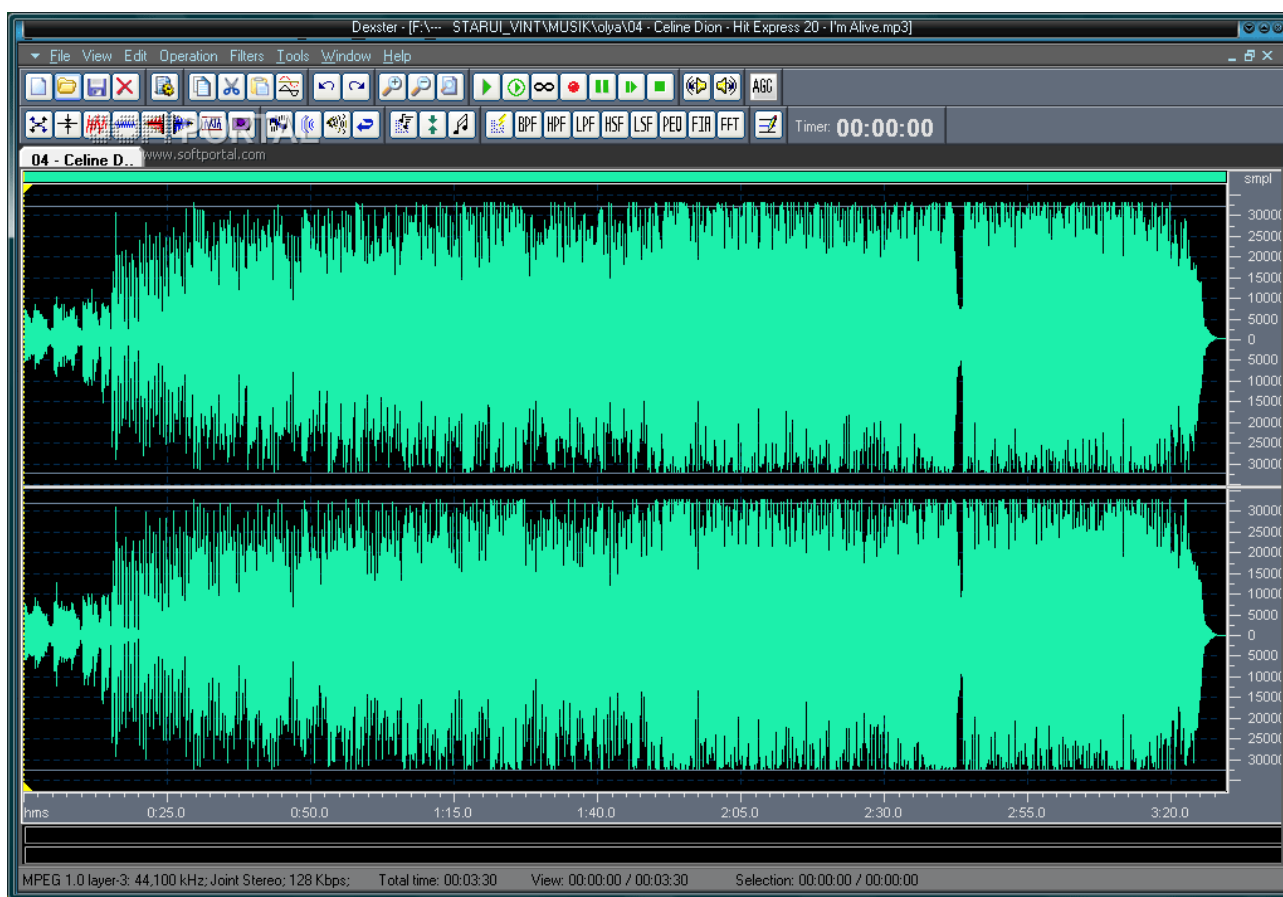




## Звукомонтаж на радіо



## Приклад вдалого рівня гучності для запису



## Приклад використання в звукомонтажі звуки, шуми та музику

