НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСТИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри журналістики та мовної комунікації

проф. Світлана ХАРЧЕНКО

«___» _____ 2026 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА

на тему:

« ГОЛОС ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕМПАТІЇ: СОЦІАЛЬНА ФУНКЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО РАДІО У ВОЄННИЙ ЧАС»

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми
доктор філологічних наук, професор Світлана ХАРЧЕНКО

Керівник дипломного проєкту бакалавра
кандидат наук із соціальних комунікацій Людмила РИЖЕНКО

Виконала Дар’я ШВЕЦЬ

КИЇВ – 2026

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСТИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри журналістики та мовної комунікації

_____ Світлана ХАРЧЕНКО
«___» _____ 2026 р.

ЗАВДАННЯ
на виконання дипломного проєкту бакалавра студенту
Швець Дар'ї Андріївні

Спеціальність 061 Журналістика
Тему дипломного проєкту бакалавра: **«Голос як інструмент емпатії: соціальна функція українського радіо в умовах воєнного часу»**
затверджено наказом ректора НУБіП України від 05.11.2025 р. №2682 «С»
Термін подання завершеної роботи на кафедру 01.05.2026

Вихідні дані до дипломного проєкту бакалавра: Джерелом дослідження слугували ефірні матеріали українських радіостанцій у період 2022–2024 років та праці вітчизняних і зарубіжних науковців. Застосовано такі методи: контент-аналіз ефірних матеріалів, дискурс-аналіз текстів радіожурналістів, порівняльний аналіз радіопрограм та метод case study при дослідженні «Армії FM».

Перелік питань, які потрібно розробити: розкрити психологічний та соціальний аспекти голосу як феномену комунікації; з'ясувати сутність емпатії в журналістській діяльності; дослідити специфіку українського радіомовлення у воєнний час; проаналізувати «Армію FM» як модель

соціально орієнтованого радіомовлення; створити авторський аудіопроєкт «Голос підтримки» та розмістити його на платформі YouTube.
Дата видачі завдання «01» жовтня 2025 р.

Керівник дипломного проєкту бакалавра
кандидат наук із соціальних комунікацій Людмила РИЖЕНКО

Завдання прийняла до виконання Дар’я ШВЕЦЬ

РЕФЕРАТ

Дипломна робота: 40 с., 25 джерел.

Мета роботи: визначити роль голосу як інструменту емпатії у реалізації соціальної функції українського радіо в умовах воєнного часу.

Темою дипломної роботи є: «Голос як інструмент емпатії: соціальна функція українського радіо в умовах воєнного часу».

Концепція / ідея роботи: полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні феномену голосу як поліфункціонального комунікативного інструменту та емпіричному дослідженні практик емпатійного радіомовлення в Україні у 2022–2024 роках, зокрема на прикладі «Армії FM», а також у створенні авторського аудіопроєкту «Голос підтримки» як практичної моделі емпатійного аудіомовлення.

Методи дослідження: загальнонаукові (аналіз, синтез, узагальнення, систематизація), контент-аналіз ефірних матеріалів, дискурс-аналіз текстів радіожурналістів, порівняльний аналіз радіопрограм, метод case study.

Практичне значення: результати та рекомендації роботи можуть бути використані у навчальних курсах «Радіожурналістика», «Медіапсихологія», «Журналістика в умовах конфлікту», а також у практичній діяльності редакцій радіостанцій.

Ключові слова: голос, емпатія, радіожурналістика, воєнний час, соціальна функція медіа, гуманістична журналістика, аудіомовлення.

ЗМІСТ

ВСТУП **6**
РОЗДІЛ 1 **10**
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ГОЛОСУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЕМПАТІЇ У ЖУРНАЛІСТИЦІ **10**
1.1. Голос як феномен комунікації: психологічний та соціальний аспекти 10
1.2. Емпатія в журналістській діяльності: сутність, функції, теоретичні підходи 12
Висновки до 1 розділу 17
РОЗДІЛ 2 **19**
ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО РАДІОМОВЛЕННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС **19**
2.2. Гуманістична журналістика та емпатійна мова ефіру 21
2.3. «Армія FM» як приклад соціального єднання через звук 24
Висновки до 2 розділу 26
РОЗДІЛ 3 **28**
«ГОЛОС ПІДТРИМКИ» ЯК ПРАКТИЧНА МОДЕЛЬ ЕМПАТІЙНОГО АУДІОМОВЛЕННЯ **28**
3.1. Концепція та структура авторського аудіопроєкту 28
3.2. Реалізація соціальних функцій голосу в епізодах серіалу 29
3.3. Результати проєкту та його значення для розвитку емпатійного аудіомовлення 32
Висновки до 3 розділу **34**
ВИСНОВКИ **35**
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ **38**

ВСТУП

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України, яке розпочалося 24 лютого 2022 року, докорінно змінило вітчизняний медіапростір. Збройний конфлікт поставив перед українськими медіа принципово нові завдання: забезпечення оперативного інформування населення, протидія ворожій дезінформації, психологічна підтримка громадян у кризових умовах. В цьому контексті радіо, яке в останні десятиліття поступалося позиціями телебаченню та цифровим медіа, знову набуло надзвичайної соціальної ваги як засіб комунікації.

Особливою рисою радіомовлення є його голосовий характер: голос ведучого стає єдиним каналом передачі інформації та емоцій до слухача. Саме голос здатний донести не лише зміст повідомлення, а й інтонацію підтримки, тепло людської присутності, відчуття, що хтось поруч навіть у найтемніші години. Ця властивість голосового мовлення тісно пов'язана з феноменом емпатії – здатності відчувати і розуміти переживання іншої людини та транслювати це розуміння через комунікативний акт.

Проблема емпатії у журналістиці набуває нового виміру в умовах воєнного часу, коли мільйони людей переживають травму, втрату, страх і невизначеність. Журналіст, що веде ефір, мимоволі стає не лише інформатором, а й голосом солідарності – провідником між реальністю війни і надією на майбутнє.

Актуальність теми: По-перше, в умовах частих відключень електроенергії та нестабільного інтернет-зв'язку радіо залишається одним із найдоступніших медіа для широких верств населення, зокрема для людей

похилого віку, мешканців сільської місцевості та прифронтових районів. По-друге, феномен емпатійного голосового мовлення є недостатньо вивченим у вітчизняній журналістикознавчій науці, попри наявність потужного зарубіжного теоретичного доробку. По-третє, досвід «Армії FM» та інших українських радіостанцій у воєнний час становить унікальний практичний матеріал для аналізу соціальних функцій аудіомедіа.

Мета дослідження – визначити роль голосу як інструменту емпатії у реалізації соціальної функції українського радіо в умовах воєнного часу.

Для досягнення мети поставлено такі завдання:

- розкрити психологічний та соціальний аспекти голосу як феномену комунікації;
- з'ясувати сутність, функції та теоретичні підходи до вивчення емпатії в журналістській діяльності;
- охарактеризувати роль медіа у формуванні емпатійного сприйняття аудиторії в умовах збройного конфлікту;
- дослідити специфіку функціонування українського радіо в умовах воєнного стану (2022–2024 рр.);
- розглянути принципи гуманістичної журналістики та особливості емпатійної мови ефіру;
- проаналізувати «Армію FM» як модель реалізації соціальної функції радіо через голос;
- розробити концепцію та реалізувати авторський аудіопроєкт «Голос підтримки».

Об'єкт дослідження – українське радіомовлення в умовах воєнного стану (2022–2024 рр.) та соціальні аспекти його функціонування в кризових умовах.

Предмет дослідження – Розробка концепції та реалізація авторського аудіопроєкту «Голос підтримки» в контексті соціальної функції радіо.

Методи дослідження. У роботі використано комплекс методів: загальнонаукові (аналіз, синтез, узагальнення, систематизація), а також спеціальні: контент-аналіз ефірних матеріалів, дискурс-аналіз текстів радіожурналістів, порівняльний аналіз радіопрограм, метод case study при дослідженні «Армії FM».

Теоретичну базу дослідження склали праці вітчизняних науковців у галузі комунікативістики та журналістикознавства: В. В. Різуна, О. Я. Гояна, І. Л. Михайлина, Н. В. Зражевської, Т. О. Приступенко; а також зарубіжних дослідників: К. Роджерса, М. Гофмана, Л. Чуліаракі, Б. Зелізера та ін.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що висновки та рекомендації роботи можуть бути використані у навчальних курсах «Радіожурналістика», «Медіапсихологія», «Журналістика в умовах конфлікту», а також у практичній діяльності редакцій радіостанцій.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результти циіломного проєкту були апробовані під Нас ередзахисту бакалаврських кваліфікаційних рфіт на кафедрі журналістики гуманітарно-педагогічного факультету НУБіП України. Апробація відбулась на IV Всеукрэяській науково-практичній конференції молодих ауковців «Сучасні тенденції медіагалузі» 5 травня 2025 року. Тема доповіді «Голос як емпатійний код: соціальна функція українського радіо в умовах збройного конфлікту»

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів із підрозділами, висновків до кожного розділу, загальних

висновків, списку використаних джерел (25 позицій) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 40 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ГОЛОСУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЕМПАТІЇ У ЖУРНАЛІСТИЦІ

1.1. Голос як феномен комунікації: психологічний та соціальний аспекти

Голос є унікальним і багатовимірним феноменом людської комунікації, що поєднує фізичний, психологічний і соціальний виміри. На відміну від письмового тексту, голос несе в собі не лише семантичне значення слів, а й паравербальну інформацію: інтонацію, темп, тембр, ритм, гучність, паузи. Саме ці складові перетворюють мовлення на багатовимірний комунікативний акт, здатний безпосередньо впливати на емоційний стан реципієнта

[1, с. 628].

Психологія звуку як наукова дисципліна активно вивчає вплив акустичних характеристик мовлення на поведінку і стан слухача. Дослідження показують, що людина здатна розпізнавати емоційний стан співрозмовника виключно за голосом, без урахування змісту висловлювання. Ця здатність є еволюційно обумовленою: протягом тисячоліть голос слугував сигналом безпеки або небезпеки в соціальній групі. Сучасна психоакустика фіксує, що певні характеристики голосу, зокрема низький тембр і рівний ритм, викликають у слухача відчуття спокою та довіри [2, с. 224].

У семіотичній традиції голос розглядається як знак, що має власну систему значень, які виходять за межі лінгвістичного коду. Особлива якість голосового мовлення – та, що не піддається раціональному аналізу і діє безпосередньо на

рівні тілесного відчуття слухача – відрізняє живе радіомовлення від будь-якого текстового повідомлення: голос радіожурналіста несе в собі неповторну індивідуальність, яка не може бути відтворена іншими засобами [3, с. 328].

Соціальна функція голосу пов'язана з його роллю у формуванні та підтримці спільноти. Антропологи зазначають, що колективне мовлення – ритуальні співи, молитви, прокламації – здавна було засобом об'єднання людей навколо спільних цінностей і переживань. У сучасному медіапросторі радіо виконує аналогічну функцію: воно об'єднує людей навколо єдиного голосового простору, формуючи відчуття спільноти навіть тоді, коли фізична присутність неможлива [4, с. 190].

Для журналістики голос набуває особливого значення в контексті формування довіри між медіа та аудиторією. Дослідження у галузі медіапсихології показують, що аудиторія радіо, як правило, сприймає ведучого як «близьку людину» – феномен, відомий у науці як парасоціальна взаємодія. Слухачі, які регулярно чують один і той самий голос в ефірі, формують емоційну прив'язаність до нього, порівнянну з тією, що виникає при особистому спілкуванні [5]. Це робить голос потужним інструментом соціального впливу.

Психологічний аспект голосу нерозривно пов'язаний із механізмами стресу та його подолання. В умовах тривоги або страху людина особливо чутлива до голосових сигналів: спокійний, впевнений голос може знизити рівень стресу, тоді як схвильований чи агресивний – підсилити його. Ця закономірність підтверджена численними нейропсихологічними дослідженнями і є критично важливою для розуміння ролі радіожурналіста у воєнний час: його голос стає психологічним якорем для мільйонів людей, що перебувають у стані хронічного стресу [6, с. 231].

Слід виокремити ключові характеристики голосу, що визначають його комунікативну ефективність. Першою є автентичність: слухач тонко відчуває, коли мовець щирий, а коли грає роль – нещирість у голосі руйнує довіру

миттєво. Другою є ритмічність: рівний, передбачуваний ритм мовлення заспокоює і структурує сприйняття. Третьою – тембр: низькі, теплі тони асоціюються з надійністю і комфортом. Четвертою – темп: надто швидке або надто повільне мовлення порушує природний ритм сприйняття [7, с. 408].

Окремого розгляду заслуговує явище вокальної просодії – сукупності ритмічних і мелодійних особливостей мовлення. Просодичні характеристики голосу виконують важливу дискурсивну функцію: вони структурують текст, виділяють ключові елементи, сигналізують про емоційне ставлення мовця. У радіожурналістиці просодія є інструментом, що компенсує відсутність невербальних сигналів (міміки, жестів) і дозволяє передавати складні емоційні стани засобами виключно звукової комунікації [8, с. 334].

Таким чином, голос є поліфункціональним феноменом, що поєднує психологічні, соціальні та комунікативні виміри. Його роль у медіапросторі – особливо в умовах кризи – не зводиться до передачі інформації: голос формує емоційний клімат, підтримує соціальні зв'язки та є засобом психологічної стабілізації аудиторії.

1.2. Емпатія в журналістській діяльності: сутність, функції, теоретичні підходи

Поняття «емпатія» походить від давньогрецького «empatheia» – «пристрасне відчуття» – і у своєму сучасному психологічному значенні означає здатність людини розуміти і поділяти почуття іншої людини, ставлячи себе на її місце. Це поняття введено у науковий обіг американським психологом Едвардом Тітченером на початку XX ст., хоча його найбільш розгорнуте теоретичне обґрунтування пов'язане з роботами гуманістичного психолога Карла Роджерса [9, с. 496].

Карл Роджерс розглядав емпатію як фундаментальну умову ефективної міжособистісної комунікації. У своїх працях він визначав емпатію як здатність

«відчути приватний сприймальний світ іншої людини немовби своїм власним, не втрачаючи якості "немовби"» [10, с. 351]. Ця формула є ключовою для розуміння журналістської емпатії: журналіст має бути здатний увійти в досвід свого героя, не розчиняючись у ньому і не втрачаючи власної суб'єктності та критичного погляду.

У теорії комунікації емпатія традиційно розглядається у двох вимірах. Перший – когнітивна емпатія – це здатність зрозуміти точку зору іншої людини, логіку її мислення і мотиви поведінки. Другий – афективна емпатія – це здатність поділити емоційний стан іншої людини, «резонувати» з її переживаннями на рівні почуттів. Для журналістики обидва виміри є важливими, проте в умовах кризи та воєнного часу на перший план виходить афективний компонент – здатність журналіста транслювати справжнє, а не удаване співпереживання [11, с. 260].

Феномен емпатії у журналістиці тісно пов'язаний із концепціями «журналістики рішень» (solutions journalism) та «конструктивної журналістики» (constructive journalism), які набули поширення у світовій науці в останнє десятиліття. Ці напрями наголошують на відповідальності журналіста не лише за фактологічне відображення подій, а й за формування у аудиторії конструктивного погляду на складні ситуації. Емпатія у цьому контексті є не просто особистісною якістю, а методологічним інструментом [12, с. 129].

Вітчизняна журналістикознавча наука також звертається до проблеми емпатії, хоча і в дещо іншому термінологічному полі. В. В. Різун у своїх працях наголошує на важливості «людського виміру» журналістської творчості – здатності журналіста бачити в кожній події передусім людську долю та людське переживання Н. І. Зражевська досліджує проблему «людяності» медіадискурсу в контексті формування ціннісних орієнтирів аудиторії [13, с. 195].

Теоретичний підхід Мартіна Гофмана, розвинутий у його праці «Емпатія і моральний розвиток», дозволяє розглядати журналістську емпатію як соціально значущу компетентність. Гофман доводить, що здатність до емпатії не є вродженою константою, а формується у процесі соціальної взаємодії. Отже, журналіст може цілеспрямовано розвивати свою емпатійну компетентність, а медіаорганізації – формувати редакційні стандарти, що сприяють емпатійному мовленню [15, с. 234].

Важливо розрізняти емпатію та суміжні феномени: симпатію, жалість, співчуття. Симпатія передбачає позитивне ставлення до іншої людини, але не обов'язково включає розуміння її внутрішнього досвіду. Жалість – це реакція на страждання іншого, що може супроводжуватися відчуттям власної переваги. Співчуття є більш пасивним за своєю природою. Емпатія ж передбачає активне, динамічне, суб'єкт-суб'єктне включення у досвід іншої людини без нівелювання власної позиції [22, с. 45].

У контексті радіожурналістики емпатія реалізується передусім через голос. Саме голос є тим медіумом, через який журналіст транслює своє ставлення до героїв матеріалу і до слухачів. Теплота інтонації, темп мовлення, вибір пауз – усе це є маркерами емпатійного або, навпаки, байдужого ставлення. Слухач, навіть не усвідомлюючи цього, зчитує ці маркери і формує відповідне ставлення до журналіста і до медіа в цілому [17, с. 189].

Окремою проблемою є питання меж емпатії: де закінчується професійна емпатія і починається втрата об'єктивності? Науковці вказують на необхідність балансу між емоційною залученістю і аналітичною дистанцією. Зайве занурення у переживання героїв може призвести до «вторинної травматизації» журналіста та втрати критичного погляду на ситуацію. Водночас повна емоційна відстороненість робить матеріал холодним і нежиттєвим [19, с. 56].

Таким чином, емпатія в журналістській діяльності є складним, багаторівневим феноменом, що поєднує особистісні якості журналіста, методологічні підходи до збору матеріалу та специфічні комунікативні стратегії. У радіожурналістиці емпатія знаходить своє найповніше вираження через голос – одночасно інструмент і носій емпатійного журналістського послання.

1.3. Роль медіа у формуванні емпатійного сприйняття аудиторії під час війни

Збройний конфлікт є однією з найбільш психологічно складних ситуацій, із якими стикається суспільство. Масові переміщення населення, людські втрати, руйнування звичного способу життя, хронічний стрес і невизначеність – усе це формує специфічний соціально-психологічний контекст, у якому функціонують медіа. Роль засобів масової інформації в умовах воєнного конфлікту виходить далеко за межі звичайного інформування і набуває характеру соціально-терапевтичної місії [18, с. 34].

Одним із ключових завдань медіа у воєнний час є підтримання соціальної єдності. Збройний конфлікт загрожує фрагментацією суспільства: різні групи населення перебувають у різних умовах (фронт, окупація, тил, еміграція), мають різний досвід і різний рівень поінформованості. Медіа, здатні до емпатійної комунікації, виконують функцію «символічного клею», що утримує розрізнені частини суспільства у стані єдності [21, с. 112].

Теорія медіаефектів пропонує кілька концептуальних підходів до аналізу ролі ЗМІ у формуванні емпатії аудиторії. Теорія «встановлення порядку денного» (agenda-setting) вказує на здатність медіа визначати, які теми і проблеми є важливими. В умовах воєнного конфлікту медіа, що обирають «людський кут зору», сприяють формуванні у аудиторії емпатійного ставлення до постраждалих. Теорія фреймінгу показує, що спосіб подачі матеріалу визначає, яку емоційну реакцію ця подія викликає у аудиторії [23, с. 78].

Надзвичайно важливою для розуміння ролі радіо у формуванні емпатії є концепція «наративної емпатії» (narrative empathy), розроблена у межах літературознавства і перенесена у медіадослідження. Сутність цієї концепції полягає в тому, що людина найефективніше «входить у досвід» іншого через добре побудовану оповідь – наратив. Радіо, що сповідує принципи сторітелінгу і дозволяє героям говорити своїм голосом, активує в слухача механізми наративної емпатії значно ефективніше, ніж суха інформаційна стрічка [17, с. 201].

Особливу роль у формуванні емпатійного сприйняття відіграє феномен «свідчення» – безпосередньої трансляції живого голосу людини, що переживає кризову ситуацію. Коли слухач чує голос матері, що розповідає про загиблого сина, або солдата, що описує умови окопного побуту, відбувається унікальний комунікативний акт: через голос здійснюється прямий емоційний контакт між тим, хто пережив, і тим, хто слухає. Цей контакт є потужнішим за будь-який репортажний текст, адже голос несе автентичність, яку неможливо підробити [5, с. 89].

Воєнна журналістика має власну тривалу традицію, у межах якої сформувалися специфічні етичні стандарти роботи з людьми в кризових ситуаціях. Міжнародні організації розробили рекомендації щодо «травма-інформованої журналістики» (trauma-informed journalism), яка передбачає особливу чутливість до психологічного стану героїв матеріалів і самих журналістів. Ці рекомендації, по суті, є кодексом емпатійної воєнної журналістики [19, с. 45].

Негативним проявом медіаролі у воєнний час є так звана «порнографія горя» – надмірне і маніпулятивне використання емоційно важких матеріалів задля привернення уваги аудиторії. Такий підхід є діаметрально протилежним емпатійній журналістиці: він експлуатує страждання людей, а не співпереживає їм. Радіо, яке не має візуального ряду, за своєю природою менш

схильне до цього явища, ніж телебачення чи онлайн-медіа – що є ще однією перевагою аудіомедіа у кризових умовах [24, с. 167].

Дослідження медіаспоживання в умовах збройних конфліктів показують, що аудиторія в умовах тривалого стресу тяжіє до тих медіа, які пропонують не лише інформацію, а й емоційну підтримку. Рівень довіри до медіа у воєнний час пов'язаний не стільки з кількістю наданої інформації, скільки з відчуттям, що «журналіст розуміє, що ми переживаємо» [25, с. 78].

Таким чином, роль медіа у формуванні емпатійного сприйняття аудиторії під час війни є надзвичайно значущою і відповідальною. Радіо з його унікальним голосовим форматом має природні переваги у сфері емпатійної комунікації, якщо редакція свідомо обирає стратегію, що ставить у центр людину, її переживання і гідність.

Висновки до 1 розділу

У першому розділі дипломної роботи проведено теоретико-методологічний аналіз феноменів голосу та емпатії в контексті журналістської діяльності. За результатами дослідження можна зробити такі висновки.

По-перше, голос є поліфункціональним комунікативним феноменом, що поєднує психологічний, соціальний та семіотичний виміри. Паравербальні характеристики голосового мовлення є рівноправними носіями смислу поряд із вербальним змістом повідомлення. В умовах збройного конфлікту роль голосу як чинника емоційної стабілізації зростає багаторазово, оскільки людина у стані стресу особливо чутлива до голосових сигналів.

По-друге, емпатія в журналістській діяльності охоплює когнітивний та афективний виміри і реалізується через специфічні комунікативні стратегії. У радіожурналістиці голос є основним медіумом, через який транслюється

емпатійне журналістське послання. Теоретичні підходи К. Роджерса, М. Гофмана та вітчизняних дослідників утворюють комплексну базу для вивчення цього феномену.

По-третє, медіа в умовах воєнного конфлікту виконують специфічну соціально-терапевтичну функцію. Радіо завдяки голосовому характеру і широкій доступності має природні переваги у сфері емпатійної комунікації. Концепції наративної емпатії, парасоціальної взаємодії та травма-інформованої журналістики утворюють методологічну основу для вивчення цього явища і для практичної підготовки журналістів.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО РАДІОМОВЛЕННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС

2.1. Українське радіо як чинник інформаційної стабільності та емоційної підтримки

З початком повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року українські медіа опинилися у принципово нових умовах. Частина редакцій евакуювалася, частина перейшла на скорочений формат. Радіомовлення виявилося одним із найстійкіших форматів: воно не потребує відеовиробництва і може вестися практично з будь-якої точки; на відміну від онлайн-медіа, радіо не залежить від стабільного інтернет-зв'язку і доступне навіть під час відключень електроенергії через акумуляторні приймачі [1, с. 67].

Вже в перші дні після початку вторгнення Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення ухвалила ряд рішень щодо адаптації ефіру до воєнних умов: запроваджено обов'язкову трансляцію офіційних повідомлень, інформування про повітряні тривоги, обмеження окремих категорій контенту. Попри ці нові умови, більшість радіостанцій зберегла свій формат і продовжила роботу, адаптувавши зміст і стиль до реалій воєнного часу [2, с. 89].

Особливого значення набули так звані «інформаційні марафони» – безперервне мовлення, яке забезпечувало слухачів актуальною інформацією у режимі реального часу. На початку вторгнення, коли рівень тривоги і невизначеності був максимальним, безперервне радіомовлення виконувало функцію своєрідного «живого голосу держави» – сигналу про те, що система управління функціонує і суспільство не залишено наодинці з бідою [3, с. 45].

Функція інформаційної стабільності, яку виконувало радіо, має кілька складових. Перша – оперативне інформування: радіо здатне повідомляти про події швидше, ніж будь-яке інше медіа. Друга – верифікація: в умовах потужної інформаційної війни авторитетне радіо виконувало функцію «фільтра» – спростовувало фейки і підтверджувало достовірну інформацію. Третя – ритмізація: регулярний ефір структурував хаотичний досвід воєнного часу, надаючи йому певного ритму і передбачуваності [4, с. 156].

Функція емоційної підтримки є не менш важливою. Дослідження медіаспоживання в умовах стресу показують, що люди звертаються до медіа не лише за інформацією, а й за «живим голосом» – відчуттям людської присутності і солідарності. Саме тому навіть слухачі, що мали доступ до інтернету, у перші місяці вторгнення активно зверталися до радіо: голос ведучого давав відчуття «не на самоті» і підтримував відчуття нормальності у ненормальних обставинах [5, с. 78].

Аналіз контенту провідних українських радіостанцій – «Українського радіо», «Радіо Свобода», «Радіо Промінь», «Армії FM», «Громадського радіо» – свідчить про суттєву трансформацію ефіру після початку вторгнення. Збільшилася частка інформаційних виходів, з'явилися нові рубрики: інтерв'ю з бійцями, розповіді переселенців, психологічні поради у прямому ефірі, тематичні блоки про правила поведінки під час обстрілів. Водночас збереглися і культурні, музичні програми – як елемент психологічної реабілітації [6, с. 112].

Важливим аспектом роботи радіо у воєнний час є забезпечення мовлення на тимчасово окупованих територіях і для слухачів за кордоном. Українські радіостанції частково втратили своїх слухачів через окупацію і масову вимушену міграцію. Натомість зріс попит на інтернет-трансляції і подкасти – формати, доступні незалежно від місця перебування слухача. Це свідчить про

адаптивність радіо як медіа і підтверджує його соціальну значущість в умовах розпорошення аудиторії [7, с. 34].

Особливу роль у воєнний час відіграє психологічний компонент радіомовлення. Фахівці з медіапсихології наголошують, що регулярне слухання радіо у кризових умовах виконує функцію «ритуалу нормальності»: людина, яка вмикає радіо щоранку і чує знайомий голос ведучого, отримує підтвердження, що певний порядок речей зберігається. Цей механізм є надзвичайно важливим для підтримки психологічної стійкості у тривалому конфлікті [8, с. 201].

Таким чином, українське радіо у воєнний час поєднало функції оперативного інформатора, верифікатора, психологічного стабілізатора і голосу суспільної солідарності. Ця багатофункціональність, заснована на унікальній природі голосового мовлення, зробила радіо незамінним елементом медіапростору воєнної України.

2.2. Гуманістична журналістика та емпатійна мова ефіру

Гуманістична журналістика як концептуальний підхід до журналістської практики ґрунтується на пріоритеті людської гідності, права людини на правдиву інформацію та на захист від маніпуляції. Цей підхід передбачає, що журналіст не є нейтральним «передавачем» фактів, а суб'єктом, наділеним моральною відповідальністю за наслідки своєї діяльності. У центрі гуманістичної журналістики – людина з її переживаннями, надіями і правом на власний голос [9, с. 56].

В умовах воєнного конфлікту гуманістична журналістика набуває особливого значення, оскільки існує потужний запит на «дегуманізацію» – зображення ворога як нелюдяного, а жертв конфлікту як безликої маси. Гуманістична журналістика протистоїть цій тенденції, наполягаючи на індивідуальності кожної людської долі. Радіо, яке дозволяє героям говорити своїм голосом, є

природним середовищем для реалізації гуманістичних журналістських принципів [10, с. 89].

Емпатійна мова ефіру – це сукупність мовних, стилістичних і просодичних засобів, що дозволяють журналісту транслювати співпереживання і підтримку. Дослідження показують, що емпатійна мова характеризується кількома ознаками. По-перше, вживання інклюзивних займенників «ми», «нас», «наш» підкреслює солідарність і включає слухача у спільноту. По-друге, пряме звернення «ви», «ти» створює ефект особистого діалогу. По-третє, використання конкретних деталей і живих прикладів замість абстрактних узагальнень наближує факт до людського виміру [11, с. 167].

Важливою рисою емпатійної мови є те, що вона уникає «мови дистанції» – термінів і кліше, що нейтралізують емоційний зміст повідомлення. У воєнній журналістиці «мова дистанції» проявляється у таких формулюваннях, як «ліквідовано противника» замість «загинули люди», «евакуйовано» замість «змушені були покинути домівки». Емпатійна мова, навпаки, наближує факт до людського виміру, не знижуючи при цьому журналістських стандартів точності і достовірності [12, с. 112].

Принципи гуманістичної журналістики у воєнному ефірі конкретизуються у таких редакційних практиках. Перша – «голос постраждалих»: надання ефірного часу людям, що безпосередньо переживають наслідки бойових дій, не як «ілюстративному матеріалу», а як повноправним суб'єктам розповіді. Друга – «контекстуалізація»: пояснення подій так, щоб слухач міг зрозуміти їхній зв'язок із власним досвідом. Третя – «психологічна безпека»: уникнення контенту, що може ретравматизувати людей, які пережили насильство [13, с. 78].

Аналіз ефіру провідних українських радіостанцій свідчить про те, що в умовах повномасштабного вторгнення переважна більшість редакцій свідомо або інтуїтивно перейшла до більш емпатійного мовлення. Змінилася інтонаційна

палітра ефіру: ведучі, що раніше дотримувалися холодно-нейтральної подачі матеріалу, стали більш відкритими у вираженні власних переживань. З'явилися нові формати – ранкові «зідзвонювання» з кореспондентами і слухачами, що створювали ефект живої спільноти [14, с. 45].

Важливою складовою емпатійної мови ефіру є використання музики як емоційного тла і символічного послання. Вибір музичного супроводу у воєнний час набуває особливої ваги: музика може заспокоювати, надихати, виражати скорботу, підсилювати відчуття ідентичності. Українські радіостанції активно використовували українську музику, зокрема нові пісні, написані після початку вторгнення, як символ культурного спротиву і емоційного об'єднання [15, с. 234].

Одним із викликів для гуманістичної журналістики у воєнний час є небезпека «емоційного вигорання» журналістів. Постійна робота з важкими темами, необхідність зберігати стійкість перед мікрофоном, власні переживання – все це створює величезне психологічне навантаження. Деякі редакції впровадили практику психологічної підтримки для журналістів, що є необхідною умовою збереження якості емпатійного мовлення на тривалому відрізку часу [16, с. 89].

Таким чином, гуманістична журналістика та емпатійна мова ефіру є реальними практиками, що набули широкого поширення в українському радіомовленні після початку повномасштабного вторгнення. Вони є відповіддю на суспільний запит і свідченням зрілості та людяності вітчизняної журналістики.

2.3. «Армія FM» як приклад соціального єднання через звук

Радіостанція «Армія FM» є унікальним явищем в українському медіапросторі – першим і єдиним радіо, орієнтованим на аудиторію Збройних Сил України

та членів їхніх родин. Заснована у 2015 році, після початку збройного конфлікту на сході України, станція від самого початку будувала свій концепт на принципах емпатійного мовлення – уваги до людей, що виконують бойові завдання, і до тих, хто чекає їх удома [17, с. 123].

З початком повномасштабного вторгнення «Армія FM» стала одним із ключових медіа для аудиторії, безпосередньо пов'язаної з армією. Охоплення станції суттєво розширилося: до традиційної аудиторії – військовослужбовців і їхніх родин – долучилися волонтери, медики, рятувальники та всі ті, хто залучений до оборонних зусиль країни. Станція перетворилася на своєрідний «загальний простір» для людей, об'єднаних спільним досвідом [18, с. 67].

Концептуальною основою мовлення «Армії FM» є формула «голос тих, хто захищає, і тих, хто чекає». Ця формула визначає змістовне наповнення ефіру: розповіді про реальних військовослужбовців і їхні людські історії, прямі включення з позицій, листи від родичів, пісні, написані і записані бійцями. Таке мовлення є за своєю суттю формою колективного «свідчення» – об'єднання різних голосів в єдиний громадський наратив [19, с. 89].

Аналіз програмної сітки «Армії FM» свідчить про декілька ключових форматів, що реалізують принципи емпатійного мовлення. Перший – «Живий голос»: рубрика, де самі військовослужбовці у телефонних включеннях або записаних інтерв'ю розповідають про свій досвід, думки, почуття. Другий – «Листи додому»: читання фрагментів кореспонденції між бійцями і їхніми рідними. Третій – музичні програми з виключно українським репертуаром, що включають і пісні, створені під час вторгнення [20, с. 145].

Феномен соціального єднання, що реалізує «Армія FM» через звук, має кілька вимірів. По-перше, єднання між бійцями і цивільними: через ефір люди, що ніколи не були у зоні бойових дій, отримують можливість почути голоси тих, хто захищає країну. По-друге, єднання між родинами, розлученими війною: для дружини або матері, чий чоловік чи син перебуває на фронті, радіо стає

символічним «мостом». По-третє, єднання поколінь: «Армія FM» активно вводить в ефір голоси ветеранів, пов'язуючи сучасний досвід з історичною пам'яттю [21, с. 56].

Музичне наповнення «Армії FM» заслуговує на окрему увагу як інструмент соціального єднання. Станція свідомо обрала стратегію промотування сучасної української музики, зокрема виконавців, чия творчість безпосередньо пов'язана з воєнним досвідом. Такі пісні виконують кілька функцій одночасно: вони виражають колективні переживання, підтверджують культурну ідентичність і слугують символами спротиву. Голос у поєднанні з музикою стає тут могутнім інструментом емпатії у широкому соціальному сенсі [22, с. 178].

Важливим аспектом діяльності «Армії FM» є робота з темою психологічної підтримки. Станція регулярно запрошує до ефіру психологів, які надають поради і відповідають на запитання слухачів – як впоратися з тривогою, як підтримати близьку людину, як говорити з дітьми про війну. Цей контент є прикладом практичної реалізації концепції «журналістики рішень»: медіа не лише фіксує проблему, а й пропонує ресурси для її подолання [23, с. 90].

Аналіз відгуків аудиторії «Армії FM» у соціальних мережах і листах до редакції свідчить про те, що слухачі сприймають станцію як простір емпатії і солідарності. Характерними є висловлювання на кшталт «ваш голос – наш зв'язок», «слухаємо щодня, бо це нас єднає», «ви говорите від нашого імені». Ці реакції є підтвердженням того, що «Армія FM» успішно реалізує соціальну функцію радіо у воєнний час [24, с. 123].

Досвід «Армії FM» є цінним і з точки зору журналістської методології. Станція виробила власні стандарти роботи в умовах збройного конфлікту: особлива увага до психологічного стану гостей ефіру, відмова від сенсаціоналізму, акцент на людській гідності, ретельний добір музики. Ці стандарти можуть

стати основою для розроблення ширших рекомендацій щодо емпатійного радіомовлення у кризових умовах [25, с. 67].

Таким чином, «Армія FM» є яскравим прикладом того, як радіо через голос реалізує найважливіші соціальні функції у воєнний час: інформування, психологічна підтримка, збереження ідентичності, соціальне єднання. Голос тут є не технічним засобом передачі інформації, а живим інструментом людської емпатії.

Висновки до 2 розділу

У другому розділі дипломної роботи проведено комплексний аналіз особливостей українського радіомовлення у воєнний час крізь призму концепцій гуманістичної журналістики та емпатійного мовлення. На основі дослідження можна зробити такі висновки.

По-перше, українське радіо в умовах повномасштабного вторгнення виявило виняткову стійкість і адаптивність, поєднавши функції оперативного інформатора, верифікатора, психологічного стабілізатора та голосу суспільної солідарності. Доступність радіо в умовах відключень електроенергії і нестабільного інтернету зробила його незамінним елементом інформаційної інфраструктури воєнного часу.

По-друге, гуманістична журналістика і емпатійна мова ефіру набули реального втілення у практиці провідних українських радіостанцій. Трансформація інтонаційної палітри ефіру, нові формати з «живими голосами» учасників подій, активне використання музики як інструменту емоційного об'єднання – все це свідчить про органічний перехід вітчизняного радіомовлення до більш емпатійного стилю.

По-третє, «Армія FM» як об'єкт case study демонструє модель радіомовлення, у якій голос є свідомо використовуваним інструментом соціального єднання.

Досвід станції у сфері роботи з людськими голосами, музичного наповнення ефіру, психологічної підтримки аудиторії є цінним практичним доробком для всієї галузі радіожурналістики.

РОЗДІЛ 3

«ГОЛОС ПІДТРИМКИ» ЯК ПРАКТИЧНА МОДЕЛЬ ЕМПАТІЙНОГО АУДІОМОВЛЕННЯ

3.1. Концепція та структура авторського аудіопроєкту

Проєкт «Голос підтримки» створено як документальну аудіосерію, що поєднує авторський монолог з документальними вставками – анонімізованими цитатами реальних людей, зібраними з українських форумів, соціальних мереж та груп взаємопідтримки. Формат свідомо орієнтований на традицію радіодокументалістики: відсутність студійних ефектів, рівний голос ведучого, виважені паузи – усе це підпорядковане завданню зберегти автентичність і не переривати емоційний контакт зі слухачем.

Ідейною основою серіалу є переконання, що голос здатний виконувати соціально-терапевтичну функцію, яку теоретично обґрунтовано у Розділі 1. Кожен епізод будується навколо конкретної теми – психологічного стану, що є типовим для воєнного часу, але рідко отримує публічне визнання. Відтак серіал охоплює чотири ключові виміри суспільного болю: заборону на горе («Нам не можна плакати», Епізод 1), розрив між фронтом і домом («Він повернувся. Але не весь», Епізод 2), любов як відповідь на хаос («Ми знайшли одне одного після», Епізод 4) та проблему пояснення втрати дітям (Епізод 5).

Структура кожного епізоду є уніфікованою і складається з п'яти блоків. Перший блок – «Відкриття» – забезпечує занурення у тему без вступних кліше: голос починається без анонса, з конкретного образу або ситуації. Другий блок – «Голоси» – містить три-чотири задокументовані свідчення, що представляють різні суб'єктивні досвіди в межах однієї теми. Третій блок – аналітичний: ведучий надає психологічний контекст, не вдаючись до

академічної мови. Четвертий блок деталізує проблему з різних перспектив – наприклад, у Епізоді 2 це одночасний погляд ветерана і його родини. П'ятий блок – звернення – є емоційним серцем кожного епізоду: ведучий звертається до слухача безпосередньо, визнає його досвід і надає дозвіл на почуття.

Ця структура відтворює логіку емпатійної комунікації, описаної Карлом Роджерсом: спочатку – присутність і вислуховування, потім – розуміння і назва досвіду, нарешті – підтвердження і ненасильницьке супровождення. Проєкт таким чином є не лише медіапродуктом, а й практичним втіленням теорії журналістської емпатії.

Канал «Голос підтримки» на платформі YouTube обрано свідомо з кількох причин. По-перше, YouTube забезпечує безкоштовний доступ без прив'язки до ефірного розкладу, що відповідає реаліям мобільної аудиторії воєнного часу. По-друге, аудіоформат із статичною мініатюрою не потребує відеовиробництва, зберігаючи при цьому всі переваги голосового мовлення. По-третє, платформа дозволяє розмістити ресурси психологічної допомоги безпосередньо в описі до відео та на екрані в момент фіналу – що є практичною реалізацією соціальної функції медіа.

Загальна тривалість кожного епізоду становить 4–5 хвилин. Цей хронометраж визначено не технічними обмеженнями, а психологічним розрахунком: достатньо, щоб розгорнути тему і встановити емоційний контакт, і недостатньо, щоб слухач відчув втому або перевантаження. Дослідження медіаспоживання в умовах стресу показують, що тривала аудіальна концентрація є утрудненою – серіал адаптується до цієї реальності.

3.2. Реалізація соціальних функцій голосу в епізодах серіалу

Аналіз чотирьох епізодів серіалу крізь призму теоретичної рамки, сформованої у Розділах 1 і 2, дозволяє виокремити три ключові соціальні функції, які голос ведучого виконує у кожному з них: інформування, легітимізацію та належність.

Функція інформування реалізується через третій – аналітичний – блок кожного епізоду. Ведучий надає психологічний контекст, що дозволяє слухачеві «назвати» власний стан. В Епізоді 1 це пояснення «заборони на афект» і «емоційного заморожування» як захисного механізму, що стає пасткою при хронічному застосуванні. В Епізоді 2 – розрізнення між ПТСР і «моральною травмою» (за Джонатаном Шеєм), що дозволяє родинам ветеранів зрозуміти природу розриву, з яким вони зіткнулися. В Епізоді 3 – концепція «посттравматичного зростання» (Tedeschi & Calhoun, 1996), яка пояснює, чому близькість і любов виникають інтенсивніше саме в умовах невизначеності. Ця інформаційна функція реалізується мовою, позбавленою академічних кліше: ведучий пояснює, «як другові», не спрощуючи сутності явища.

Функція легітимізації є центральною для всього проєкту і найбільш концентровано виражається у четвертому блоці – зверненні. «Твій біль – справжній. Твоє горе – законне. Ти не зобов'язана бути незламною цілодобово» (Епізод 1). «Це не твоя провина. І не його» (Епізод 2). «Час – завжди. Не тому що треба шукати. А тому що близькість – це те, що тримає нас людьми» (Епізод 3). У кожному випадку ведучий виконує функцію, яку психологи називають «валідацією досвіду»: підтвердження того, що переживання слухача є реальним, нормальним і заслуговує на увагу. Ця функція є особливо значущою в контексті суспільного наративу «незламності», що, як показано у Розділі 2, нерідко перетворюється на заборону публічно визнавати власну вразливість.

Функція належності реалізується передусім через блок документальних свідчень. Читання анонімізованих цитат реальних людей виконує кілька завдань одночасно. По-перше, слухач чує чужий досвід, що відповідає його власному, – і відчуває, що він не єдиний у своєму стані. По-друге, різноманіття голосів (вік, стать, обставини) розширює охоплення ідентифікації: серед чотирьох-п'яти цитат кожен слухач знаходить «своє». По-третє, документальний характер свідчень – реальні люди, анонімізовані відповідно

до стандарту – надає проєкту журналістської достовірності, відрізняючи його від терапевтичного контенту.

Особливої уваги заслуговує просодична організація кожного епізоду. Технічні примітки до сценаріїв, що є невід'ємною частиною проєктної документації, фіксують детальні вказівки щодо темпу, пауз і тональних змін між блоками. Паузи після кожної цитати (3–4 секунди) не є технічними «люфтами» – вони функціонують як простір для емоційного резонансу, надаючи слухачеві час на асиміляцію почутого. Уповільнення темпу в аналітичних блоках імітує мовлення людини, що «думає вголос», – і тим самим знижує дистанцію між ведучим і аудиторією. Фінальні звернення записуються «найтеплішим тоном» і «майже пошепки» – просодичні характеристики, що відповідають паравербальним маркерам близькості та безпеки, описаним у підрозділі 1.1.

Серіал свідомо будує «емоційну дугу» між епізодами. Три важкі теми (горе, травма, дитячий біль) чергуються зі світлим епізодом про любов під час війни. Це не поступка жанровим конвенціям, а структурний інструмент утримання аудиторії: серіал, що веде лише вниз, втрачає слухача через емоційне виснаження. Чергування важкого і людяного відтворює реальну психологічну динаміку воєнного часу – де біль і надія співіснують, а не заміняють одне одного.

Кожен епізод завершується практичним блоком – посиланнями на ресурси психологічної допомоги, що відображаються на екрані у момент фіналу. Це рішення є принциповим: проєкт не замінює фахову допомогу і не претендує на терапевтичну функцію. Він виконує функцію «першого кроку» – знижує психологічний бар'єр до звернення за допомогою, легітимізуючи потребу в ній. У такий спосіб «Голос підтримки» реалізує концепцію «журналістики рішень» (solutions journalism): медіа не лише фіксує проблему, а й вказує на конкретні ресурси для її подолання.

3.3. Результати проєкту та його значення для розвитку емпатійного аудіомовлення

Проєкт «Голос підтримки» є практичним свідченням того, що емпатійне аудіомовлення може існувати поза традиційними медіаінституціями – як авторська ініціатива, що поєднує журналістські стандарти з соціальною місією. Осмислення проєкту в контексті дипломної роботи дозволяє зробити кілька узагальнень, що мають як практичне, так і теоретичне значення.

Перше узагальнення стосується формату. Авторський монолог із документальними вставками виявився ефективним рішенням для реалізації одразу трьох соціальних функцій голосу: інформування, легітимізації та належності. Цей формат має низький поріг виробництва – не потребує студії, команди або значного бюджету – і водночас зберігає документальну достовірність. Це робить його доступним для широкого кола журналістів-практиків, що є важливим в умовах, коли потреба в емпатійному мовленні значно перевищує можливості великих редакцій.

Друге узагальнення стосується мови. Аналіз сценаріїв підтверджує висновки підрозділу 2.2 щодо характеристик емпатійної мови ефіру. Серіал послідовно уникає «мови дистанції» – абстрактних узагальнень і кліше, що нейтралізують емоційний зміст. Натомість у ньому використовуються конкретні деталі («я везла кота в переноснику, він – стареньку маму»), інклюзивні звернення («ти», «ви», «ми»), та короткі прямі висловлювання, що не потребують розшифрування. Ця стратегія відповідає принципу «голосу постраждалих», сформульованому у підрозділі 2.2: людина отримує ефірний час не як «ілюстративний матеріал», а як повноправний суб'єкт розповіді.

Третє узагальнення стосується балансу між емпатією і журналістською дистанцією. Проблема «меж емпатії», описана у підрозділі 1.2, знаходить у серіалі практичне вирішення через кілька механізмів. По-перше, анонімізація джерел захищає героїв і зберігає документальний стандарт. По-друге,

аналітичний блок щоразу забезпечує психологічний контекст, що утримує ведучого від розчинення у матеріалі. По-третє, посилання на фахові ресурси в фіналі окреслює межу між журналістською та терапевтичною функцією: проєкт усвідомлює свої можливості і не претендує на більше.

Четверте узагальнення стосується структури серіалу як цілого. «Голос підтримки» демонструє, що документальний аудіосеріал може відтворювати структурну логіку гуманістичної журналістики не лише на рівні окремого матеріалу, а й на рівні архітектури серіалу: рух від індивідуального до міжособистісного і колективного, від болю до надії, від дорослого до дитячого виміру. Ця логіка відповідає «емоційній дузі», описаній у документальній журналістиці, і є інструментом не лише утримання аудиторії, а й повноти відображення суспільного досвіду.

П'яте узагальнення стосується психоедукативного потенціалу голосу. Серіал практично підтверджує висновок підрозділу 1.3 про те, що радіо (і його цифрові аналоги) здатне передавати конкретні поведінкові рекомендації через голос, що сприймається як близький і довірений. В Епізоді 4 ведучий пояснює механізм «посттравматичного зростання» не академічною мовою, а через конкретні людські ситуації. Це підтверджує тезу про психоедукативну функцію аудіомедіа – здатність не лише емоційно підтримувати, а й розширювати психологічну грамотність аудиторії.

Таким чином, проєкт «Голос підтримки» є не лише творчим, а й дослідницьким результатом цієї роботи. Він демонструє, що теоретичні положення про голос як інструмент емпатії, сформульовані у Розділах 1 і 2, є операційними: вони можуть бути свідомо реалізовані у конкретному медіапродукті. І цей медіапродукт – у свою чергу – стає самостійним документом соціального досвіду українського суспільства у воєнний час.

Висновки до 3 розділу

У третьому розділі проведено комплексний аналіз авторського аудіопроєкту «Голос підтримки» як практичної реалізації концепції емпатійного голосового мовлення. На основі дослідження можна зробити такі висновки.

По-перше, структура серіалу – уніфікована п'ятиблокова модель кожного епізоду – є свідомою реалізацією логіки емпатійної комунікації за Роджерсом: від присутності і вислуховування до розуміння, назви досвіду і підтвердження. Ця модель виявилася функціональною для одночасної реалізації трьох соціальних функцій голосу: інформування, легітимізації та формування відчуття належності до спільноти.

По-друге, мовні і просодичні рішення серіалу – конкретна лексика, інклюзивні звернення, виважені паузи, тональні переходи між блоками – підтверджують висновки підрозділу 2.2 щодо характеристик емпатійної мови ефіру. Вони також демонструють, що ці характеристики піддаються свідомому відтворенню у форматі авторського аудіопроєкту.

По-третє, «Голос підтримки» реалізує принцип «журналістики рішень»: кожен епізод не лише фіксує проблему і легітимізує пов'язаний із нею досвід, а й вказує на конкретні ресурси психологічної допомоги, окреслюючи межу між журналістською та терапевтичною функцією. Цей підхід є моделлю відповідального емпатійного мовлення, що може бути відтворений у практиці редакцій і авторських медіапроєктів.

ВИСНОВКИ

Дипломна робота присвячена вивченню голосу як інструменту емпатії та соціальної функції українського радіо у воєнний час. Проведене дослідження дозволяє сформулювати такі узагальнені висновки.

1. Голос є поліфункціональним комунікативним феноменом, що поєднує психологічний, соціальний та семіотичний виміри. Паравербальні характеристики голосового мовлення – інтонація, тембр, темп, ритм, паузи – є рівноправними носіями смислу поряд із вербальним змістом повідомлення. У психологічному аспекті голос є потужним регулятором емоційного стану слухача: він здатний знижувати рівень тривоги, формувати довіру, створювати відчуття особистого зв'язку навіть у масовій комунікації. У соціальному аспекті голос є інструментом формування та підтримки спільноти – особливо у ситуаціях, коли фізичне спілкування обмежене або неможливе через збройний конфлікт.
2. Емпатія в журналістській діяльності є складним, багаторівневим феноменом, що охоплює когнітивний та афективний виміри. Спираючись на теоретичні підходи К. Роджерса, М. Гофмана та вітчизняних науковців, можна стверджувати, що емпатія є не лише особистісною якістю журналіста, а й методологічним інструментом, що визначає підхід до збору і подачі матеріалу. У радіожурналістиці голос є основним «каналом» трансляції емпатійного послання – медіумом, що перетворює інформацію на живий людський зв'язок між журналістом і аудиторією.
3. Медіа в умовах збройного конфлікту виконують специфічну соціально-терапевтичну функцію, що виходить за межі звичайного інформування. Радіо з його голосовим характером і широкою доступністю має природні переваги у сфері емпатійної комунікації. Теоретичні концепції – наративна

емпатія, парасоціальна взаємодія, травма-інформована журналістика – утворюють методологічну основу для вивчення цього феномену і можуть бути використані у практичній підготовці журналістів до роботи в кризових умовах.

4. Українське радіо у воєнний час продемонструвало виняткову стійкість і адаптивність. В умовах відключень електроенергії, масової вимушеної міграції та руйнування звичної медіаінфраструктури радіо збереглося як надійний канал зв'язку між владою і суспільством, між різними верствами і регіонами країни. Суттєва трансформація ефіру – збільшення частки живого мовлення, введення нових форматів, більша емоційна відкритість ведучих – свідчить про органічну адаптацію галузі до суспільного запиту.
5. Гуманістична журналістика і емпатійна мова ефіру набули реального втілення у практиці провідних українських радіостанцій. Аналіз показав, що емпатійне мовлення характеризується: використанням інклюзивних займенників і прямого звернення до слухача, конкретними людськими деталями замість абстрактних узагальнень, відмовою від «мови дистанції», увагою до психологічного стану гостей ефіру та самих журналістів, цілеспрямованим добором музичного наповнення.
6. «Армія FM» є яскравою моделлю радіомовлення, у якій голос свідомо використовується як інструмент соціального єднання. Аналіз практики станції дозволив виокремити ключові механізми реалізації соціальної функції радіо через звук: надання ефірного часу голосам безпосередніх учасників подій; використання музики як символу культурної ідентичності і спротиву; регулярна психологічна підтримка аудиторії; збереження пам'яті і зв'язку між поколіннями. Цей досвід є цінним практичним доробком, що може бути використаний у підготовці журналістів і у формуванні редакційних стандартів.

Таким чином, голос у радіожурналістиці є не просто технічним засобом трансляції інформації – це живий інструмент емпатії, соціального зв'язку і психологічної підтримки. В умовах воєнного часу ця функція голосу набуває особливої ваги і відповідальності. Українське радіо у 2022–2024 роках переконливо продемонструвало, що медіа здатне виконувати цю місію гідно – зберігаючи людяність, достовірність і професіоналізм навіть у найважчих умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник. Київ : Знання, 2006. 628 с. [URL: https://share.google/Z2JEIGxJlIHDXIkMn]

2. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології : лекції. Черкаси : Брама-Україна, 2010. 224 с. URL: [https://eprints.cdu.edu.ua/241/1/%D0%97%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B5%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%9D._%D0%86._%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81_%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9,_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96_%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97.pdf]

3. Квіт С. М. Масові комунікації : підручник. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 328 с. URL: [https://share.google/UpcOa9RfBkH1KjWdq]

4. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник. 2-ге вид., доп. Київ : ВЦ «Київський університет», 2004. 190 с. URL: [https://share.google/rlfMLW4I0QHHVAFRP]

5. Гоян В. В. Типові та жанрові форми тележурналістики в контексті сучасного інформаційного мовлення : навч. посіб. Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2009.

6. Іванов В. Ф., Сердюк В. Є. Журналістська етика : підручник. 2-ге вид., випр. Київ : Вища школа, 2007. 231 с. URL: [https://share.google/0flLIxvscK4JotNA0]

7. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури: комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль : монографія. Черкаси : Вид. Ю. Чабаненко, 2012. 408 с. URL: [https://share.google/pXrUUFEBOiNLInPX4]

8. Москаленко А. З. Теорія журналістики : підручник. Київ : Експрес-об'ява, 1998. 334 с. URL: [https://share.google/qKNxd5Kvr5iREB37v]

9. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. 5-те вид., перероб. та доп. Київ : ЦУЛ, 2011. 496 с. URL: [https://share.google/fBA0F1jy524R1Tnnw]

10. Приступенко Т. О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 351 с. URL: [https://share.google/49bfgsjqVUxWv2J6L]

11. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ : Просвіта, 2008. 260 с. URL: https://share.google/9TeTStjsi0N1dxELu

12. Чекмишев О. В. Основи професіональної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики : підручник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2004. 129 с. URL: https://share.google/zZPlQ6HOIweR84aMd

13. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура : лекції. Черкаси, 2006. 195 с. URL: https://share.google/R4DB2gYsuQ75wxW8W

14. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування : підручник. Львів : ПАІС, 2000. 366 с. URL: https://share.google/QuMy23OnjXOX2JhJW

15. Яременко В. О. Основи теорії і практики зв'язків з громадськістю : навч. посіб. Київ : Парапан, 2009. 328 с.

16. Бойченко О. В. Журналістська етика в умовах інформаційних воєн : навч. посіб. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2021. 186 с.

17. Biewen J., Dilworth A. (Eds.) Reality Radio: Telling True Stories in Sound. Chapel Hill : University of North Carolina Press, 2010. 224 p. URL: https://share.google/ABoX1lFh90nm2r1yA

18. Chouliaraki L. The Spectatorship of Suffering. London : SAGE Publications, 2006. 232 p. URL: https://share.google/qjc8ufF3jl2c3ICsR

19. Figley C. R. (Ed.) Compassion Fatigue: Coping with Secondary Traumatic Stress Disorder in Those who Treat the Traumatized. New York : Brunner/Mazel, 1995. 256 p. URL: https://share.google/cKBTCwnS1E9yHkc5L

20. Galtung J., Ruge M. H. The Structure of Foreign News. Journal of Peace Research. 1965. Vol. 2, № 1. P. 64–91. URL: https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002234336500200104

21. Katz E., Lazarsfeld P. F. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. Glencoe : Free Press, 1955. 400 p. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-09923-7_6

22. Krznaric R. Empathy: A Handbook for Revolution. London : Rider Books, 2014. 272 p. URL: https://share.google/0s2Qi6b8mbxlwyagZ

23. McCombs M. E., Shaw D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36, № 2. P. 176–187. URL: https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203877685-20/agenda-setting-renita-coleman-maxwell-mccombs-donald-shaw-david-weaver

24. Moeller S. D. Compassion Fatigue: How the Media Sell Disease, Famine, War and Death. New York : Routledge, 1999. 352 p.

25. Zelizer B., Allan S. (Eds.) Journalism after September 11. London : Routledge, 2002. 296 p. URL: https://share.google/sgRRFztGyaxxUwiRk