

Зміни, які відбуваються в українському інформаційному вимірі після 24 лютого

РАДІОМОВЛЕННЯ

Ми поруч, бо з нами можна розмовляти

Боротьба проти російських окупантів триває на всіх фронтах, один із них – інформаційний. Війна дуже вплинула на умови роботи журналістів, особливо радіожурналістів.

По-перше, до війни, ну хто звертав увагу на радіо? Якщо в Україні найбільша інвестиція в радіо за останні 15 років, окрім «Суспільного», була всього на всього 5 мільйонів доларів. Мова йде про переформатування «радіо Ера» на «радіо НВ». Але, коли почалась окупація, виявилось, що на багатьох окупованих територіях тільки радіо залишається єдиним джерелом для отримання інформації. З'явилося багато доказів того, що радіо, якому пророкували неминучу і скору загибель, насправді актуальне і дуже важливе.

Є випадок, як радіо врятувало життя. Це історія, засвідчена Олексієм Погореловим, який на початку широкомасштабного вторгнення - з родиною виїжджав з Гостомеля, керуючись тим, які повідомлення дізнавався з радіо: куди відносно безпечно їхати, а куди - в жодному разі не варто.

Місцеві ЗМК стали опорою для загальнонаціональних

Щодо радіо, особливо, як нині кажуть, гіперлокального, а насправді - місцевого, виявилось, що воно теж має велике значення. Коли на Сумщині визволяли райони від окупантів, місцевий люд хотів дізнатися, що відбувається неподалік їхніх домівок. Це суттєва зміна, яка відбулася за останні пів року. Найбільша проблема залишається там, де були руйнації, там де була окупація – це відновлення потенціалу роботи, найбільше досягнення – після визволення українських районів, містечок і селищ, люди, насамперед, хотіли доступу до місцевих новин. Хто може їм дати ці новини? Так, частково, це загальноукраїнські ЗМК, адже важливо знати, про що повідомляє МЗС, яке звернення зробив президент, але дізнатися де твій ЦНАП, скільки земляків

пішли на фронт, якими околицями тепер можна доїхати до районного центру – це все, що місцеві гіперлокальні ЗМК можуть і повідомляють і в цьому, безперечно, величезна їхня сила.

Рівень солідарності та взаємосприйняття

Місцеві ЗМК не мають такого потужного ресурсу, як ті, що функціонують в Києві, ми маємо це визнати. Вони виробляють якісний продукт, але не мають технічних засобів, щоб його розповсюдити для широкого загалу. Тому так багато журналістів і журналісток, операторів, режисерів прагнули працювати в Києві, або ж, ті хто працював в районі прагнули будувати кар'єру в районному центрі. З одного боку, це можна зрозуміти, з іншого, це відповідальність влади та громади – надавати своїм журналістам і іншим працівникам такі умови, щоб вони не жадати за будь-яку ціну працювати деінде. Це про неготовність дуже конкурентноспроможного середовища приймати людей ззовні. Звичайно, зараз ситуація змінилася. Я абсолютно переконана, що рівень солідарності та готовності до взаємосприйняття зріс, але все ж таки це не налагоджується за пів року.

Робота радіожурналіста

Сьогодні, журналісти навчилися набувати нових технічних засобів. Незалежно від того де саме вони працюють. Робота на радіо вимагає професіоналізму радіожурналіста, що в першу чергу, визначається вмінням оперативної подачі інформації, визначення ступеня актуальності пропонованого матеріалу, компетентного проникнення в суть соціальних проблем. Радіожурналіст повинен оперувати фактами суспільної життєдіяльності, вміло аргументувати і влучно подавати їх в етері.

Діалог з аудиторією

Ми поруч, бо з нами можна розмовляти. Радіо забезпечує справжній людський діалог, зберігає інтерактив зі своїми слухачами та читачами. Інтернет дозволяє слухачам при бажанні залишатися анонімними, але надає відразу кілька нових форм для висловлювання думки і комунікації з ведучими. Розширюється інтеграція з соціальними мережами. Ведучий прямо під час прямого етеру може переглядати соціальні мережі і вести діалог з аудиторією. При цьому варіантів інтерактиву аналогічно багато. В чатах або форумах

пропонується відповісти на головне питання ефіру, висловити свою думку з того чи іншого важливого питання.

В основі інформаційної політики радіомовлення лежить концепція інтенсивного інформування. Слухач отримує уявлення про основні події в Україні та світі. Головним пріоритетом радіомовлення є сприяння створенню незаангажованого та відповідального суспільного мовлення.

Загалом радіо – як традиційне, так і цифрове – це середовище з найбільшим потенціалом взаємодії. Радіо – одне з небагатьох засобів масової інформації, яке працює в умовах багатозадачності. Інклюзивний, рухливий, економічний, демократичний: радіо - це надзвичайний засіб комунікації, який виявився здатним протистояти будь-якій епосі та технологічним інноваціям та пристосовуватися до них, впливаючи на історію та виконуючи дуже важливу соціальну функцію. Порівняно з іншими засобами масової інформації, вміст, що транслюється по радіо, насправді вирізняється високим ступенем глибини.