

УДК 070-027.541(477)

Мірошниченко Павло
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики
Запорізького національного
університету

ОЗНАКИ «ПОВІЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ» В РЕГІОНАЛЬНОМУ МЕДІЙНОМУ ПРОЄКТІ

Феномен «повільної журналістики» досі в українському журналістикознавстві та соціальних комунікаціях загалом не став предметом комплексного наукового вивчення. Упродовж кількох останніх років про повільну журналістику у вітчизняному науковому дискурсі спорадично згадували в контекстах: подкастингу як популярного продукту антиподів традиційних інтернетівських медій, що роблять ставку на якісні матеріали [1]; ускладненого сприйняття коміксової журналістики [2]; конструктивної журналістики та журналістики рішень [3].

«Повільну журналістику» визначають як новинну субкультуру, що є органічним продовженням більшого за масштабами руху – «Повільного життя». «Повільна журналістика», вважає Меган Лі Мезюр'є, поділяє його цінності в контексті зусиль створити хороший, чистий і чесний продукт [4]. Від 2007 року словосполучення «повільна журналістика» вживають на позначення: якісного медійного продукту, що ґрунтується на довгих звітах і глибоких розслідуваннях; майстерних оповідейцінних історій, які здебільшого оминають увагою мейнстримові ЗМК; оригінального репортерського матеріалу, створеного за найвищими професійними стандартами.

Повільна журналістика тісно пов'язана з глибшим феноменом – «Повільні медіи». Автори «Маніфесту повільних медій» визначають їх як соціокультурний рух другого десятиліття ХХІ ст., що просуватиме ідеї цілеспрямованого та вдумливого споживання якісного як за етичними, так і за естетичними критеріями цифрового контенту [5]. Повільні медіи – це рух за сповільнення темпів виробництва та споживання медійного продукту заради поглиблення його змісту та збільшення аудиторної довіри до нього. Автори «Маніфесту» проголошують, що «як і SlowFood («Повільна їжа»), SlowMedia – це не швидке споживання, а уважний вибір інгредієнтів і концентроване їх приготування [5]. Повільні медіи, на їхнє переконання, не відмова від швидкості та одночасності як переваг цифрових ЗМК, а радше «ставлення та спосіб їх використання» [5]. Повільні медіи як особливий спосіб виготовлення та споживання медійного продукту в цифрову добу покликаний до життя прискоренням багатьох його сфер. Відповідно, повільні медіи є своєрідними острівцями, «вкрай потрібними для виживання» [5].

За результатами дослідження «Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни», «найпопулярнішим джерелом інформації за останні два місяці виявилися соціальні мережі – ними для отримання новин користуються 76,6% українців. На другому місці опинилося телебачення з 66,7% голосів, на третьому – інтернет (не включаючи соціальні мережі) – 61,2% користувачів» [6]. Дослідники відзначають, що використання соціальних мереж не тільки для розваг і спілкування, а й для споживання новин та іншої суспільнозначущої інформації свідчить про формування глобального інтернетівського тренду. Тож, цілком природною реакцією на виклики цифрової доби є освоєння навіть традиційними медіями інтернету і, зокрема, соціальних

мереж як додаткового простору для власного існування та стабільного розвитку.

Цікавою рисою трансформаційних процесів у цифровій журналістиці в Україні є поява нішевих гібридних медійних проєктів, зокрема на регіональному рівні. У січні 2001 року в мережах YouTube та Facebook розпочала транслювати власний продукт незалежна журналістська ініціатива віжн-радіо «На дотик» (м. Запоріжжя). Провідною формою діяльності цієї медійної групи є виробництво розлогих студійних інтерв'ю та бесід із актуальних і складних тем / проблем із справжніми фаховими експертами / експертками. Автори програм віжн-радіо «На дотик» стежать за розвитком особливо важливих подій і історій, розкритих в етерах, тому часто повертаються до них, аби розкрити нюанси, деталі, дати змогу аудиторії зрозуміти причини та наслідки явищ і процесів, збагнути не завжди очевидний підтекст. В умовах повномасштабної війни колектив віжн-радіо «На дотик» надавав аудиторії вкрай важливу інформацію про життя на тимчасово окупованих територіях Запорізької області, даючи слово репортеркам власної мережі, звертаючи особливу увагу при цьому на точність, достовірність і повноту інформації. З огляду на високу якість таких етерів «Громадське радіо» (м. Київ) включало фрагменти програм віжн-радіо «На дотик» до власної трансляції. Висока професійна й етична якість програм команди «На дотик», а також розмаїття альтернативних форм подання інформації (маратони, радіомости, подкасти, документальні фільми, музичні кліпи, англо- та польськомовні дайджести новин) свідчать про шанобливе ставлення до власної аудиторії. Однак чіткіша та послідовніша робота з таргетування й медіапланування не зашкодила б колективу віжн-радіо «На дотик».

Література:

1. Гаврилюк І. Л. Подкасти в системі українських інтернет-медіа // Образ. 2022. Вип. 1 (38). С. 72–79.
2. Гудошник О. В. Трансмедіальні наративи коміксової журналістики: світовий та український досвід // Communications and Communicative Technologies. Вип.20.2020. URL:<https://ssrn.com/abstract=4054545>
3. Семенець О. О. Конструктивна журналістика та її завдання в сучасному суспільстві. Міжнародна науково-практична конференція. «Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку». 2019. С.69–70.
URL:<https://eportfolio.kubg.edu.ua/data/conference/4562/document.pdf#page=70>
4. Masurier, Megan Le (4 March 2015). "What is Slow Journalism?". Journalism Practice. 9 (2). P. 138–152.
5. Köhler, Benedikt, David, Sabria and Jörg Blumtritt (2010). "The Slow Media Manifesto". URL: <http://en.slow-media.net/manifesto>
6. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. URL: https://www.opora.ua.org/report/polit_ad/24068-mediaspozivannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori