

РЕГІОНАЛЬНІ МЕДІА В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

Назаренко Крістіна Олегівна,
аспірантка кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну,
Інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

Поширення коронавірусної хвороби та подальша економічна криза стали серйозними викликами для медіа у 2020—2021 рр. Протягом року українські аналітичні видання та моніторингові організації проводили дослідження впливу пандемії на регіональні та всеукраїнські медіа. Зокрема, відповідно до дослідження організації з експертизою на ринку медіа, комунікацій, освіти та консалтингу «Інтерньюз-Україна», регіональні ЗМІ вимушені були припинити, призупинити та/або скоротити випускові обсяги. Істотна кількість медіа були вимушені почати працювати віддалено [1].

Радикальне скорочення рекламних витрат також значною мірою вплинуло на економічні показники медіа. Зокрема, за даними видання «Детектор Медіа» та свідченнями Катерини М'ясникової (виконавча директорка Національної асоціації медіа): «падіння прямої реклами склало до 60%, спонсорство - до 35%» [3].

Окрім того, значних змін зазнав й контент регіональних медіа. За результатами дослідження ГО «Інститут масової інформації», що було проведено на початку пандемії, кожна четверта новина в регіональних онлайн-ЗМІ стосувалася теми коронавірусної хвороби [4].

Серед новин про COVID-19 у місцевих медіа, на підставі проведеного контент аналізу, за тематикою можна виокремити такі категорії:

- інформація про хворих на коронавірусну хворобу, зокрема: їх чисельність, смертність, персоналії;
- про вірус, поміж інших: намагання «розкрити» його походження та причини виникнення, шляхи та засоби поширення,

структуру, форму та розмір, геном та штами коронавірусу;

- інформація про способи лікування та протидії хвороби: медичні препарати та ліки, БАДи, гомеопатію, засоби народної медицини та самолікування, способи діагностування вірусу;

- протиепідемічні заходи та обмеження у країні та регіонах: карантинні обмеження, посилення контролю за дотриманням протиепідемічних обмежень, поділ на зони;

- соціальні та економічні наслідки пандемії для світового устрою та/або регіону, у тому числі інформація про готовність приймати хворих чи наповненість лікарень і шпиталів.

Окремо сьогодні доцільно виділити тему вакцинації, яка все більше висвітлюється місцевими та всеукраїнськими медіа.

Резюмуючи викладене, пандемія коронавірусної хвороби змусила регіональні медіа змінюватися та адаптуватися від нову реальність як з погляду контенту, так і зі сторони менеджменту. У такій ситуації доречними і доцільними вбачаються дієві й реалістичні механізми підтримки локальних медіа зі сторони держави. Зокрема, про це наголошують керівники ЗМІ та Національна спілка журналістів України [2]. При цьому, розробка та запровадження державної підтримки здатні значно поліпшити функціонування та «виживання» локальних медіа, які опинилися скрутному становищі через економічну кризу.

Література

1. Аналітичний огляд «Як українські регіональні медіа живуть під час карантину». URL: <https://internews.ua/opportunity/media-covid19>

2. Вплив епідемії COVID-19 на журналістику та локальні медіа в Україні. URL: <http://nsju.org/novini/vplyv-epidemiyi-covid-19-na-zhurnalistyku-ta-lokalni-media-v-ukrayini/>

3. Данькова Н. Дохід регіональних медіа після пандемії впав на 70-90%. URL: <https://detector.media/rinok/article/178639/2020-07-09-dokhid-regionalnykh-media-pislya-pandemii-vpav-na-70-90/>

4. 25% новин у регіональних онлайн-ЗМІ – про коронавірус: дослідження ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/25-novyn-v-regionalnyh-onlajn-zmi-pro-koronavirus-doslidzhennya-imi-i32427>