

В. В. Костюк

кандидат педагогічних наук
декан факультету журналістики
e-mail: kostuk_viktor@ukr.net, ORCID: 0000-0002-9600-4334
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, 69600, Україна

Ю. В. Костюк

кандидат наук із соціальних комунікацій
доцент кафедри журналістики
e-mail: kostyuk_y85@ukr.net, ORCID: 0000-0002-7000-8302
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, 69600, Україна

О. В. Усманова

кандидат філологічних наук
доцент кафедри журналістики
e-mail: usmanova.olena@ukr.net, ORCID: 0000-0002-5008-6151
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, 69600, Україна

ФУНКЦІОНУВАННЯ РАДІО В ПЕРІОД ПРИРОДНИХ ВИКЛИКІВ ТА КАТАКЛІЗМІВ

Метою статті є встановлення умов функціонування та роботи аудіального мовника в надскладний (ситуативний) проміжок часу, що був викликаний стихійним лихом, пандемією тощо.

Методологія дослідження включає аналіз джерельної бази з обраного питання, моніторинг, синтез. Для виявлення особливостей практичного функціонування радіо в часи катаклізмів створено інформаційні запити до редакцій із запитаннями: як змінилося мовлення в період Covid; яких коректур зазнав журналістський склад; як Covid вплинув на рекламу мовника?

Результати. Коли стихійні явища несуть масову загрозу людству, медіа опановують роль елемента, який допомагає суспільству в боротьбі з відповідними катаклізмами. Вони намагаються надати аудиторії невідкладні, оперативні інформаційні послуги, є каналом зв'язку між громадянами та відповідальними структурами. Крім того, для роботи аудіовізуальних мовників характерні такі опції: робота та дім мають тотожну географію; слово, сказане в етері, стає не менш важливим за ліки; ведучий працює як психолог – говорить зі слухачами спокійно щодо питань, які турбують, не залишає їх сам на сам з проблемою.

Відбулося переформатування контенту рекламних повідомлень: нерухомість, ювелірні прикраси, авто відійшли на другий план, а у фокусі опинилися лікарські засоби, доставка товарів, технічне обладнання.

Проаналізовано варіанти, форми функціонування українських та закордонних радіостанцій у відповідний період. Перелічені ідентифікатори, які характеризують роботу станцій у часи глобальної пандемії – Covid-19.

Новизна. Універсалізовано перелік функціональних можливостей радіомовлення в період пандемії.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані мовниками в часи природних катаклізмів, блекауту або навіть війни.

Ключові слова: радіо, надзвичайна ситуація, Covid-19, аудиторія.

I. Вступ

Коли стихійні явища несуть масову загрозу людству, медіа опановують роль елемента, який допомагає суспільству в боротьбі з відповідними катаклізмами. Вони намагаються надати аудиторії невідкладні, оперативні інформаційні послуги, слугують каналом зв'язку між громадянами та відповідальними структурами. Нагальним вектором професійної діяльності в такий період є моральна, психологічна підтримка верств населення, які того потребують.

Варто розуміти, що, зважаючи на обставини, робота журналістів та медіа в подібний період зазнає певних змін, обмежень, породжує провокаційні, складні ситуації, які накладають свій від-

биток на графік працівників, вносять корективи до їх діяльності (зазвичай подібні перетрубації відбуваються в ході процесу).

Особливостям роботи «медійників» у період катаклізмів приділяли увагу як вітчизняні дослідники (Н. Адамович, Л. Писаренко, Я. Яненко), так і зарубіжні (М. Стандерт, М. Тейлор). Водночас аспект професійної діяльності радіожурналістів у подібні часи є малодослідженим на вітчизняному науковому рівні, що й спонукало нас до цієї публікації.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є встановлення умов функціонування та роботи аудіального мовника в надскладний (ситуативний) проміжок часу, що був викликаний стихійним лихом, пандемією тощо.

У цій статті ми розглянемо як природні катаклізми, пандемія «Covid-19» зокрема, змінили «правила» буття радіомовлення: яку соціальну нішу воно посіло, яких коректур зазнала редакційна робота, які функції та завдання мовника вийшли на перший план. Приділимо увагу тому моменту, як станції ставали ефективним містком між владою, медиками та цивільними (в аспекті компетентної, професійної консультації), наскільки якісним елементом були в боротьбі з пропагандою та поширенням опонентами неправдивої, викривленої інформації.

Методологія дослідження включає аналіз джерельної бази з обраного питання, моніторинг, синтез. Для виявлення особливостей практичного функціонування радіо в часи катаклізмів створено інформаційні запити до редакцій із запитаннями: як змінилося мовлення в період Covid; яких коректур зазнав журналістський склад; як Covid вплинув на рекламу мовника?

III. Результати

Стійкість та важливість радіо як повноцінної одиниці буття суспільства

Аудіальний мовник за період своєї діяльності паралельно зі світовою спільнотою проходив ті виклики, які ставили під загрозу людське життя: війни, природні катаклізми, пандемії тощо. Щоразу він доводив свою ефективність, важливість в оперативному поінформуванні суспільства, моральній підтримці, допомагав у питаннях логістики. У часи світових криз, локальних та глобальних катастроф жителі (відповідно до масштабу) вмикали радіо, уважно дослуховувалися до кожного слова, маючи на меті отримати оперативну, важливу інформацію. Працівники мовників у період скрутних часів (війни, повені, посухи, ураганів, землетрусів) змінювали затишні та комфортні студії на місця, звідки, ризикуючи власним життям, доносили інформацію.

Йому пророкують занепад, архаїчність, неактуальність, проте воно продовжує слугувати суспільству: «Деякі люди стверджують, що радіо – це вмираючий засіб масової інформації, але воно стає лише популярним і надалі залишатиметься потужним інструментом для комунікації на основі громади в гуманітарному контексті та поза ним» [10]. Таку думку висловив Л. Дойл, директор медіа та комунікації MOM, а ці слова є хедлайновими на сторінці станції «Перша відповідь радіо» (First response radio (FRR)), яке завжди готове працювати в непростих місцях та складних умовах, там, де панує лихо.

Працівники почали свою роботу 2004 р.: цунамі, що утворилося з вод Індійського океану, завдало багатьох руйнувань та призвело до стихійних лих. Їх ключовим завданням у той період було надання через радіо критично необхідної інформації, яка водночас мала форму пешої допомоги: «Коли світ перевернувся з гори до низу, комунікація має таке ж саме визначальне значення, як і їжа, вода, укриття та медикаменти» [10]. І на сьогодні прем'єрною метою працівників радіостанції є їх готовність: оперативно (не довше ніж протягом сорока двох годин) налаштувати ефективну роботу та комунікацію мовника, із самого моменту початку стихійного лиха. На думку функціонерів станції, найкращий спосіб досягнення поставленої мети – облаштувати та навчити працівників ще до того, як лихо завдасть удару.

Пандемія, яка почалася в 2019 р. (глобальності набула вже наступного), внаслідок певних обставин змусила радіостанції змінити принципи роботи: дистанційні обмеження, кількісні показники присутності осіб у студії та інші фактори впливали на їх функціонування. Тепер радіомовникам варто було адаптуватися до нових норм життя, при цьому продовжувати вести безперервне поінформування аудиторії стосовно викликів, які перед ними виникли.

Вітчизняні радіостанції були змушені оперативно змінити роботу сіток мовлення: «Через карантин “Радіо НВ” призупинило виробництво майже всіх авторських проєктів, замість них в ефірі транслюють повтори раніше записаних програм» [3; 4]. Запитуючи в редакцій українських та закордонних станцій про реорганізацію роботи мовників, отримували відповідь про те, що працівниками комерційних станцій, окрім журналістів, є працівники креативного відділу, СММ-ники, диджитальники та маркетологи. Отже, у період Covid реорганізували також і їхню роботу, з дотриманням дистанційних правил [8].

Робота та дім стали однією локацією

Covid-19 став загрозою, до якої суспільство не було готове, на ходу вчилися, як з ним боротися. На порядку денному постала не лише проблема відмовитися від поїздок з однієї місцевості в іншу, але й безпосередньо до самої студії. У таких умовах дім ставав і робочим місцем. Вихід з подібної ситуації був різним. Пропонуємо одну з історій, яку наводить Майкл Дюжарден, менеджер каналів Qmusic, найбільшої комерційної радіостанції в голландськомовній Фландрії (Бельгія): «Нашій технічній команді вдалося підготувати антени двох мобільних радіостудій лише за один вихідний, що дозволило диджеям радіо виступати з дому» [12].

Якщо говорити про вітчизняних мовників, то вони прагнули забезпечити власних працівників належними умовами праці: «Однією з ключових цінностей Суспільного є безпека кожного члена нашої великої команди в різних куточках України. Саме тому під час пандемії коронавірусної інфекції, спричиненої SARS-CoV-2, в АТ «НСТУ» неухильно дотримувались усіх карантинних обмежень, запроваджених Міністерством охорони здоров'я України, та ввели всі необхідні заходи безпеки. Серед них: чергування редакцій, протоколи самоізоляції, дистанційна робота, використання засобів дезінфекції та індивідуального захисту» [8].

На одне із запитань нашого запиту («Чи змінився журналістським склад станції через Covid-19») ми отримали схожу відповідь від кількох радіостанцій: «Під час пандемії суттєвих змін журналістський склад не зазнав» [3; 4; 7]. Однак, варто додати, що дистанційність спонукала станції розвивати диджитал-редакції.

Мовлення як перша допомога

Мультизадачність та здатність виконувати одночасно декілька функцій стали актуальними як ніколи. Окрім поінформування аудиторії, аудіальна трансляція по всьому світу імплементувала навички психолога (чи ментора) в ефір: «Під час пандемії Covid-19 радіомовлення в домішках, на робочих місцях і в лікарнях надавали важливу інформацію про заходи охорони здоров'я та заспокоювали десятки людей, відрізаних від своїх близьких» [12].

Ведучи мову про аудіального мовника загалом (без акцентування на тій чи іншій країні або станції), відзначимо його здатність продукувати віраду, детоксикацію стресу серед слухачів, сприяти подоланню інформаційної «спраги» аудиторії, коли пандемія набула глобального масштабу. Саме таку роль радіо делегувала Організація Об'єднаних Націй (ООН).

У ході інформування населення про ситуацію з пандемією у світі станції не лише розповідали про шокуючу кількість жертв від Covid, але й старалися подати оптимістичну інформацію, ту, яка давала надію. Наприклад, про розробку вакцини та її оперативну появу, стосовно послаблень чи обмежень, які вводилися тим чи іншим урядом, організацією, структурою. Мовник чітко розумів відповідальність перед слухачем за кожне слово, сигнал, яке надає, тому балансування ставало критично важливим: «UA: Українське радіо переформатувало ефір у зв'язку з епідемією коронавірусу. Це відбулося одразу після того, як в Україні підтвердили перший випадок зараження COVID-19. Мета – максимально оперативно надавати слухачам об'єктивну інформацію про стан справ в Україні» [7]. Працівники Суспільного прагнули здійснювати більше включень з тих регіонів, де фіксувалися спалахи коронавірусу.

Якість інформації

Не менш важливим елементом професійної діяльності була боротьба за стерильність медіапростору, відсіювання потенційно неправдивих фактів та недостовірної інформації, адже ЗМІ вели боротьбу з «інфодемією» дезінформації під час кризи охорони здоров'я. «Я волів би бути останнім, хто поділиться новиною, і переконаюсь, що я не поширюю нісенітницю», – говорить Олів'є Лабрей, керівник відділу новин і контенту Nostalgie, франкомовної популярної радіостанції Бельгії [10]. Журналіст має перевірити інформацію з декількох джерел, переконатися в її достовірності, перш ніж виносити на загал аудиторії. У практичному ревізю-дослідженні Н. Адамович вказує на прецеденти, які мали місце в деяких країнах Європи, коли влада заважала професійній діяльності журналістів, мотивуючи подібне рішення боротьбою з протидією дезінформації.

Зростання кількості слухачів

Вплив Covid-19 сприяв змінам у моделях слухання радіостанції. Очевидно, що дистанційність ускладнила процес збору інформації про власну аудиторію, проте мовники почали говорити про зростання кількості на різноманітних платформах. «Ми помічаємо зміни у поведінці слухачів, тому що люди працюють вдома. Частково через це показники онлайн-трансляцій (...) зросли на 52% порівняно з попереднім роком!» говорить Майкл Дюжарден [12]. З метою відволікти слухача від шокуючих новин, перевести увагу, мовники створювали оригінальний радіопродукт. Наприклад, нідерландська станція «Studio Brussel» запровадила програму «Café Quarantine», під час якої місцеві митці презентували онлайн-виступи, тоді як кав'ярні були зачинені.

Мовлення та освіта

Пандемія обмежила людей у деяких правах, зокрема на перебування в стінах навчальних закладів школи та університети імплементували особливості платформи аудіального мовника до освітнього процесу. Ковідна проблема стала одним з найбільших чинників у сфері освіти, вразивши понад 90% світового студентського населення. Чимало країн звернулися до дистанційного формату, щоб не зупинити процес навчання.

Згідно з результатами досліджень Інституту статистики ЮНЕСКО (UIS) і Цільової групи для вчителів, у світі 826 мільйонів учнів (50% від загальної кількості), які через пандемію не мають доступу до класів або не мають доступу до комп'ютера вдома. Близько 706 мільйонів студентів мають проблеми з доступом до інтернету; 56 мільйонів мешкають у таких районах, які не охоплені мобільними мережами [10].

Деякі країни оперативно знайшли вихід із ситуації, обравши телебачення та радіо як якісну альтернативу на випадок, коли онлайн-навчання стає недоступним та неможливим. Навесні 2020 р. ЮНЕСКО та Європейська мовна спілка (EBU) організували віртуальний семінар, на який запросили представників національних мовників для презентації запроваджених програм та но-

вовведень, а також для обговорення досвіду використання дистанційного навчання на радіо й телебаченні. Щороку в Україні в День української писемності та мови проводять глобальний захід: радіодиктант національної єдності, одним із факторів якого є концентрація масової аудиторії біля приймача. У листопаді 2020 р. «Радіодиктант» став найпопулярнішим Google-запитом в Україні [5].

Радіо як психолог

Радіо почало опановувати нову функцію – створити у слухача відчуття того, що він не перебуває на самоті. Обмеження, які були породжені пандемією, спровокували те, що люди опинилися відрізаними від своїх рідних, близьких та знайомих. Мовник, говорячи до свого пошановувача, намагався розірвати це коло самотності. Він став тим важливим елементом, який розмовляв з людиною, пояснював їй, який поточний стан справ на локальному рівні. Радіо завдяки своїм властивостям та голосу намагалося відтворити ефект присутності в тих, хто перебував на самоті.

Відповідно, в ефірі частіше почав лунати голос ведучих та диджеїв, які зверталися до свого слухача, надавали поради, запевняли в оптимізмі щодня. Вітчизняні мовники використовували методику спокійної передачі інформації, аби слухач не відчував себе сам-на-сам з проблемою: «Перевірена, об'єктивна інформація – найкращий засіб у боротьбі з панікою. Ми інформуємо, пояснюємо, шукаємо відповіді на запитання, які хвилюють слухачів» [7]. Редакції залучали відомих людей, які розповідали, як боротися з хворобою, давали поради щодо дозвілля.

Монетизація ефіру

З моменту виву пандемії в суспільстві, рекламодавці кардинально змінили орієнтири та контекст. Значно частіше лунали в ефірі товари медичного призначення, доставка їжі, онлайн торгівля, заправки. Зменшили свою діяльність торгові марки, які займалися торгівлею нерухомості, розвагами, авто та ювелірними прикрасами. У відсоткових показниках це мало такий вигляд: «На початку Covidу рекламодавці приблизно на 50% менше замовляли рекламні компанії, у порівнянні з минулим роком. Починаючи із осені – зими 2020 р. рекламодавці адаптувались до нових умов, отже, замовлення реклами зросло приблизно на 30% у порівнянні із весною 2020 р.» [4].

IV. Висновки

Пандемія коронавірусу стала одним із викликів як для суспільства, так і каналів його інформування. Медіа повинні були «на колесах» міняти стратегію власної діяльності, вносити корективи до роботи редакцій, оптимізувати ефір. У таких умовах робота та домівка були тотожними поняттями. Радіо, як відомо, є поліфункціональним явищем, може достатньо ефективно та влучно одночасно виконувати багато завдань. Пандемія спонукала мовників до виявлення та виконання нових функцій:

- а) співбесідника, який створював для аудиторії затишну атмосферу, не залишав їх сам-на-сам;
- б) вправного психолога, який розуміє, коли та що сказати своєму слухачеві в часи паніки, хаосу, душевної тривоги;
- в) освітньої платформи, яка вимагала оптимізації та адаптації технічних та практичних аспектів ефіру під навчальний процес;
- г) інформаційної «швидкої допомоги», яка мала надаватися оперативно.

У подальших дослідженнях варто приділити більше уваги жанровому розмаїттю мовників під час катаклізмів, підготовці радіоведучого до обговорення в ефірі чутливих тематик.

Список використаної літератури

1. Адамович Н. Як пандемія Covid-19 зробила діяльність журналістів ще небезпечнішою. *Огляд міжнародного звіту*. URL: <https://zmina.info/articles/pandemiya-covid-19-zrobyla-robotu-zhurnalistiv-u-sviti-shhe-bilsh-nebezpechnoyu/> (дата звернення 17.09.2022).
2. Писаренко Л. М. Висвітлення теми пандемії коронавірусу COVID-19 в одеських ЗМІ. *Правове життя сучасної України* : у 3 т. : матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 15 травня 2020 р. Одеса : Гельветика, 2020. Т. 1. С. 442–445.
3. Радіостанція «Радіо Relax». URL: <https://www.radiorelax.ua> (дата звернення: 28.09.2022).
4. Радіостанція «Радіо НВ». URL: <https://radio.nv.ua> (дата звернення 27.09.2022).
5. «Радіодиктант» став найпопулярнішим Google-запитом в Україні 9 листопада. URL: <https://stv.detector.media/inshe/read/6112/2020-11-10-radiodyktant-stav-naupopulyarnishym-google-zapytom-v-ukraini-9-lystopada/> (дата звернення: 04.10.2022).
6. Рябоштан І. «Радіо НВ» через карантин заморозило майже всі проєкти та перейшло на повтори програм. URL: <https://detector.media/production/article/176692/2020-04-27-radio-nv-cherez-karantyn-zamorozilo-mayzhe-vsi-proiekty-ta-pereyshlo-na-povtory-program/> (дата звернення: 07.10.2022).
7. Українські журналісти в період карантину: аналітичний звіт за результатами опитування. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-zhurnalisty-v-period-karantynu-analitychnyj-zvit-zarezultatamy-opytuvannya-i32608> (дата звернення: 01.10.2022).
8. UA: Українське радіо переформатувало ефір у зв'язку з епідемією COVID-19. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/2294> (дата звернення: 27.09.2022).
9. Яненко Я. Особливості репрезентації пандемії COVID-19 в українських інтернет-ЗМІ. *Образ*. 2020. Вип. 2 (34). С. 15–23.

10. First response radio. URL: <https://www.firstresponseradio.org> (date of request: 21.09.2022).
11. Learning through radio and television in the time of COVID-19. URL: <https://en.unesco.org/news/learning-through-radio-and-television-time-covid-19> (date of request: 23.09.2022).
12. Radio provides solace during COVID-19 pandemic. URL: <https://www.un.org/en/coronavirus/radio-provides-solace-during-covid-19-pandemic> (date of request: 23.09.2022).
13. Mulcahey T. 10 tips for journalists covering COVID-19. URL: <https://ijnet.org/en/story/10-tips-journalists-covering-covid-19> (date of request: 13.09.2022).

References

1. Adamovych, N. Yak pandemiya Covid-19 зробyla diyal'nist' zhurnalistiv shche nebezpechnishoyu [How the Covid-19 pandemic has made the work of journalists even more dangerous]. *Ohlyad mizhnarodnoho zvituvannya*. Retrieved from <https://stv.detector.media/inshe/read/6112/2020-11-10-radiodyktant-stav-naypopulyarnishym-google-zapytom-v-ukraini-9-lystopada/> [in Ukrainian].
2. Pysarenko, L. M. Vysvitlennya temy pandemiyi koronavirusu COVID-19 v odes'kykh ZMI [Coverage of the topic of the COVID-19 coronavirus pandemic in Odessa mass media], *Pravove zhyttya suchasnoyi Ukrainy*, materialy Mizhnarodnoi naukovy-praktychnoi konferencii [Legal life of modern Ukraine, Proceedings of the International Scientific and Practical Conference]. (Vol. 1). Odesa: Hel'vetyka [in Ukrainian].
3. Radiostantsiya «Radio Relax» [Radio station «Radio Relax»]. Retrieved from <https://www.radiorelax.ua> [in Ukrainian].
4. Radiostantsiya «Radio NV» [Radio station «Radio NV»]. Retrieved from <https://radio.nv.ua> [in Ukrainian].
5. «Radiodyktant» stav naypopulyarnishym Google-zapytom v Ukraini 9 lystopada [«Radiodictant» became the most popular Google query in Ukraine on November 9]. Retrieved from <https://stv.detector.media/inshe/read/6112/2020-11-10-radiodyktant-stav-naypopulyarnishym-google-zapytom-v-ukraini-9-lystopada/> [in Ukrainian].
6. Ryaboshan, I. «Radio NV» cherez karantyn zamorozhilo mayzhe vsi proyektu ta pereyshlo na povtory prohram [Due to the quarantine, «Radio NV» froze almost all projects and switched to program repeats]. Retrieved from <https://detector.media/production/article/176692/2020-04-27-radio-nv-cherez-karantyn-zamorozhilo-mayzhe-vsi-proiektu-ta-pereyshlo-na-povtory-program/> [in Ukrainian].
7. Ukrayins'ki zhurnalisty v period karantynu: analitychnyy zvit za rezul'tatamy opytuvannya [Ukrainian journalists during the quarantine period: an analytical report based on the results of the survey]. Retrieved from <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-zhurnalisty-v-period-karantynu-analitychnyj-zvit-za-rezultatamy-opytuvannya-i32608> [in Ukrainian].
8. UA: Ukrayins'ke radio pereformatuvalo efir u zv'yazku z epidemiyeyu COVID-19 [UA: Ukrainian Radio has reformatted its broadcast due to the COVID-19 epidemic]. Retrieved from <https://corp.suspilne.media/newsdetails/2294> [in Ukrainian].
9. Yanenko, Ya. (2022). Osoblyvosti reprezentatsiyi pandemiyi COVID-19 v ukrayins'kykh internet-ZMI [Peculiarities of the representation of the COVID-19 pandemic in the Ukrainian online media]. *Obraz*, 2 (34), 15–23 [in Ukrainian].
10. First response radio. Retrieved from <https://www.firstresponseradio.org> [in English].
11. Learning through radio and television in the time of COVID-19. Retrieved from <https://en.unesco.org/news/learning-through-radio-and-television-time-covid-19> [in English].
12. Radio provides solace during COVID-19 pandemic. Retrieved from <https://www.un.org/en/coronavirus/radio-provides-solace-during-covid-19-pandemic> [in English].
13. Mulcahey, T. 10 tips for journalists covering COVID-19. Retrieved from <https://ijnet.org/en/story/10-tips-journalists-covering-covid-19> [in English].

Стаття надійшла до редакції 07.12.2022.

Received 07.12.2022.

Kostiuk V., Kostiuk I., Usmanova O. Radio Operation in the Period of Nature Challenges and Disasters

Article's purpose to identify the conditions of radio's operation in time of nature challenges and disasters.

Research methodology. Include the analysis scientific-sources base on a select question, monitoring, synthesis. For identifying the features of practical operation radio in period of disasters, we created information request to editions, which included such questions as: how did broadcast change in period of Covid, what kind of correction had journalists members, how did Covid influence on commercial of broadcast?

Results. When the nature disasters bring global threats to society, medias get start to play new role – an element, which helps people in the fight with that cataclysms. They try to give the audience emergence, operative information services, work as a communication channel between civilians and government organisations. Beyond this, the work of audiovisual speakers characterise such options: the work and home has the same location; the word, aired by journalist, has the same value as a med-

icines; deejay use to works as a psychologist – talk to the audience calm and fluent about the questions, concerning them, do not leave them alone with the problem. Also, we emphasis, that changed the content of advertising: housing, jewellery and car's moved to the second stair, but medicines, product and thing delivering, techno equipments became in main focus of radio's commercial.

Novelty. *Unique thesis of functioning abilities of the radio in the period of the pandemic.*

The practical significance. *The research results can be used during the further study of journalists in the hard period of life: nature challenges, blackouts, even the war.*

Key words: *radio, emergency situation, Covid-19, radio's audience.*

Kostiuk W., Kostiuk J., Usmanowa O. Funkcjonowanie radia w okresie zagrożeń naturalnych i kataklizmów

Celem artykułu jest ustalenie warunków funkcjonowania i pracy audialnego nadawcy w wyjątkowo trudnym (sytuacyjnym) okresie czasu, spowodowanym klęską żywiołową, pandemią itd.

Metodologia badania obejmuje analizę bazy źródłowej wybranego zagadnienia, monitoring, syntezę. W celu rozpoznania specyfiki praktycznego funkcjonowania radia w czasie kataklizmów utworzono informacyjne żądania do redakcji z pytaniami: jak się zmieniło nadawanie w czasie Covid; jakim korektom uległ skład dziennikarski; jak Covid wpłynął na reklamę nadawcy.

Wyniki. Kiedy klęski żywiołowe stanowią ogromne zagrożenie dla ludzkości, media przejmują rolę elementu pomagającego społeczeństwu w walce z odpowiednimi kataklizmami. One starają się zapewnić odbiorcom pilne, operacyjne usługi informacyjne, są kanałem komunikacji między obywatelami a odpowiedzialnymi strukturami. Oprócz tego dla pracy nadawców audiowizualnych są charakterystyczne następujące opcje: praca i dom mają identyczną geografie; powiedziane w eterze słowo staje się nie mniej ważnym niż leki; prezenter pracuje jako psycholog – spokojnie rozmawia z odbiorcami na temat pytań, które ich niepokoją, nie zostawia ich samych z problemem.

Został przeformatowany kontent wiadomości reklamowych: nieruchomości, wyroby jubilerskie, samochody – zeszyły na dalszy plan, natomiast skupiono się na lekach, dostawie towarów, sprzęcie technicznym.

Przeanalizowano warianty, formy funkcjonowania ukraińskich i zagranicznych stacji radiowych w odpowiednim okresie. Wymieniono identyfikatory, charakteryzujące prace stacji w czasie globalnej pandemii – Covid-19.

Nowość. Zuniwersalizowano listę funkcjonalnych możliwości transmisji radiowej w czasie pandemii.

Znaczenie praktyczne. Wyniki badania mogą być wykorzystane przez nadawców w czasie naturalnych kataklizmów, blackoutów, czy nawet w czasie wojny.

Słowa kluczowe: radio, stan wyjątkowy, Covid-19, audytorium.