

УДК 316.77 : 070 : 654.195 : 314.743

## РЕКОНФІГУРАЦІЯ МЕДІАРЕСУРСІВ У ПРОЦЕСІ СТАНОВЛЕННЯ МОБІЛЬНОЇ РАДІОЖУРНАЛІСТИКИ

Т. С. Гиріна

*Класичний приватний університет,  
вул. Жуковського, 70б, Запоріжжя, 69000, Україна*

*Досліджено використання мобільних технологій під час виконання радіожурналістами своїх обов'язків. Розглянуто досвід українських та зарубіжних вчених із вивчення потенціалу мобільної журналістики, осмислено поняття «Моґо» («mobile journalism») в контексті історичних етапів розвитку. Трансформацію радіомовлення у контексті мобільної мультиекранної журналістики категоріально представлено через розширення лінійки пристроїв, еволюції жанрової парадигми, збагачення комунікативного потенціалу радіостанції, збільшення можливостей позиціонування інформації радіожурналістами, реалізації аматорських журналістських радіоініціатив, додавання функції відтворення радіопотоку в додатках, створення комплексу програм орієнтованих на надання користувачам доступу до аудіальної інформації різного типу тощо. Продемонстровано потенціал до розвитку радіомовлення через пристрої, які пропонують користувачам відтворювати файли відтерміновано у часі.*

**Ключові слова:** *аудіоподкастинг, Моґо, мобільна радіожурналістика, мультиекранність, потокове радіо.*

**Постановка проблеми.** Використання мобільних технологій під час виконання журналістами своїх обов'язків є реаліями функціонування сучасного медіапростору, без якої неможливо уявити жоден ресурс. Один із найновіших способів збору оперативної ексклюзивної інформації розвивається сьогодні на рівнях професійної, а особливо громадської журналістики. Радіомовлення, як один з найчутливіших до технологічного поступу медіа демонструє готовність та поліінструменталізм у процесі технічної еволюції професії та уваги до аудиторії, адже успіх сучасних медіа залежить не тільки від того, який контент було створено, але і як, в якому форматі його отримає споживач, які додаткові можливості передбачить для нього модератор.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Попри відносну новизну практичного застосування в наукових колах тематика мобільної журналістики стає об'єктом наукового інтересу як серед зарубіжних, так і українських вчених. Так, можливості конструювання гіперлокальних медіа засобами мобільних технологій досліджував доцент кафедри комунікації Гавайського університету в Манао (США) Б. Оппегаард [1]. Автор осмислює потенціал мобільних мереж у налагодженні роботи місцевих медіа-компаній, у процесі продукування інформаційного контенту.

Дизайном мислення називає розвиток мобільних стратегій у журналістиці іспанська дослідниця А. Серано Теллерія із Університету Кастилья-Ла-Манча (Іспанія). Новітня журналістика, опираючись на можливості мобільних технологій, «дозволяє охопити афективні, парадоксальні і спонтанні особливості журналістських ініціатив, а також охоплює досвід роботи практиків з метою рішення надзвичайно складних завдань в системі організації праці» [2]. Справжньою несподіванкою називає розвиток мобільної журналістики Д. Кемерон, кандидат наук із університету Ньюкасла (США). Він констатує, що «мобільна телефонія із мало привілейованої технології, по суті, стала основною» [3]. М. Сільва Палаціос та С. Барбоза із Федерального університету штату Баїя (Бразилія) доходять висновку, що «технологічні експерименти у журналістиці звертають увагу на формати, зміст, лексику та наратив, виходячи з особливостей мобільних пристроїв, постійної еволюції операційних систем та зміни апаратних платформ» [4]. Маркетингове навантаження мобільних журналістських платформ цікавить дослідників різних галузей знань. Так, маркетинг соціальних мереж та електронна комерція загалом, на думку А. Аль Тавара та Е. Гіде із Центрального університету Квінсленда (Австралія), продукують зміну соціальних установок користувачів смартфонів, які набувають досвіду легкої взаємодії з бізнесом через безпосередні торгові угоди [5]. Подібну думку розділяє і Е. Болат із Борнмутського університету (Великобританія). Стратегічну маркетингову перспективу мобільних технологій у бізнесі дослідниця вбачає у застосуванні та реконфігурації ресурсів, які забезпечують вирішення організаційних та індивідуальних проблем із клієнтом, що сприяє налагодженню ефективної взаємодії із ним [6]. Новітні можливості мобільної журналістики в українському інформаційному просторі досліджували В. Рябічев, А. Баклан [7, с. 108–109], О. Коструба [8]. Поширення мобільних технологій для розвитку радіомовлення через призму цифрового професійного мобільного радіо вивчає американський дослідник Г. П. Кеттерлінг. З технологічної точки зору автор докладно розглядає підвалини функціонування радіомовлення на новітній платформі мобільних медіа [9, с. 98–102].

У середовищі практиків тема осмислення мобільної мультиекранної журналістики є не новою. В 2015 р. у Дубліні (Ірландія) відбулася Перша міжнародна конференція із мобільної журналістики “MoJoCon”, яка зібрала журналістів, медіа-професіоналів та кінематографістів з усього світу. У підсумку роботи учасники зробили висновки щодо потреби в інституціоналізації мобільної журналістики, необхідності вивчення мобільного медіа-маркетингу, перспективності різних операційних систем для роботи на персональних девайсах, розширення годин онлайн-мовлення, орієнтація на мобільний аудіовізуальний контент навіть великих медіакомпаній [10].

**Мета статті** — дослідити потенціал мобільних пристроїв різного функціонального призначення як одного із вагомих векторів розвитку та трансформації радіомовлення. Попри значну увагу до розвитку мобільної журналістики, в науковій літературі майже нема праць із вивчення місця радіомовлення в контексті технологічного поступу мобільних медіа.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В професійному середовищі, а частіше у зарубіжній науковій літературі, на означення терміна «мобільна журналістика»

використовується аббревіатура «Mojo» (від англ. — «mobile journalism», мобільна журналістика). В тлумаченні А. Річардсон, яка у 2010–2012 рр. працювала над впровадженням мобільних технологій у діяльність громадських активістів в країнах Близького Сходу та Північної Африки, мобільна журналістика – це «новітня форма обміну інформацією, де фахівці використовують портативні електронні пристрої з підключенням до всесвітньої мережі з метою збору, редагування та поширенні інформації в режимі реального часу» [11]. В нежурналістському підході І. Бурум «Mojo» вважає визначальною складовою сучасних медіа [12, с. 34].

Формування системи мобільної комунікації, яка сьогодні обслуговує не лише АМ і FM радіопередачі, а й GPS приймачі, бездротові годинники, мережі, стаціонарні телефони, гаражні дверні замки, мобільні телефони, радіокеровані іграшки, поліцейські рації, супутниковий зв'язок, дрони, телевізійні трансляції, аматорське радіо (англ. — «Ham Radio») починається ще в 1920-х роках, коли поліція Детройта (США), а пізніше Лондона (Великобританія) почала використовувати одноканальні радіостанції в діапазоні АМ частот для обміну службовою інформацією. В період з 1935 до 1940-х рр. відбувся перехід на FM-частоти в більшості державних структурах США. З початком впровадження в 1950-х і до 1970-х рр. сформувалася технологія якісного, не дуже складного доступу одразу до декількох радіоканалів. В 1980-х роках мобільний телефон став легшим, меншим, простішим у користуванні та з потужнішим акумулятором, який дозволяв довший час працювати автономно [9].

Довгі роки монополістом на ринку мобільних послуг була компанія «AT & T», якій вдалося розмістити габаритний телефон вагою 15 кг в автомобілі. Попри високу вартість зв'язку та пристроїв у 1973 р. компанія Motorola презентувала більш компактний пристрій вагою більше 1 кг. Тоді, 3 квітня М. Купер, американець українського походження (його батьки були мігрантами з України), здійснив першу мобільну телефонну розмову, батареї якої вистачило на 20 хв. [13]. Однак через високу вартість телефону, яка співвідносилась із вартістю автомобіля, протягом наступних років технологія була недоступною для більшості громадян. Невпинний поступ у напрямку зменшення розмірів та вартості мобільних пристроїв сприяв появі GSM — Глобальної системи мобільного зв'язку. Це у 1987 р. дозволило сформувати в Європі високотехнологічну цифрову систему здатну передавати не лише голосові повідомлення, а й надавати додаткові послуги [9].

В Україну мобільний зв'язок прийшов у 1993 р., коли 1 липня відбулася розмова тодішнього президента Л. Кравчука із послом України в Німеччині І. Пісковим [14]. Надалі трансформація мобільного медіасередовища відбувається у нашій країні наближено до загальносвітового поступу, з поправкою на фінансово-економічну обмеженість громадян ресурсами.

В період 2000–2005 рр. використання мобільних телефонів у журналістській діяльності зводилось до контактування з редакцією через телефонні дзвінки та передачі / надиктовування оперативної інформації, передачі текстових SMS та графічних MMS повідомлень з фотознімками, що зроблені на апаратах з низькою якістю. Однак навіть подібний обмежений функціонал в практиці радіомовлення

давав можливість виходу в прямий ефір з радіорепортажами. Становлення мобільної журналістики в функціоналі, яким користуються нині, відбулося в період трансформації мобільних пристроїв від традиційних телефонів із практично ідентичним функціоналом для пристроїв такої категорії до смартфонів, що за своїм технічним складом та програмним забезпеченням наближений до повноцінного комп'ютера: має процесор, вбудовану пам'ять та можливість її розширити завдяки додатковій флеш-карти, оперативну пам'ять, відеоюдро, повноцінну операційну систему. Смартфони наділені вбудованими аудіо-, відео-, фотофіксаторами різного рівня якості залежно від комплектації, серії та періоду виходу на ринок. У 2005 р., як згадує І. Бурум, смартфони «перетворили генерацію ПК на користувачів персональних портативних пристроїв» [12]. Ще за два роки iPhone здійснив третю мобільну революцію після винаходу мобільного зв'язку, переходу до смартфонів із підключенням до Інтернету, перетворивши мобільний бізнес в надприбуткову індустрію. Під впливом новітніх технологій традиційні сайти почали набувати рис мультимедійних студій із розміщення персональних аудіо-, відеофайлів.

Надалі ринок смартфонів розвивався у напрямку удосконалення технічних характеристик: обладнання автофокусом, фотоспалахом, стабілізацією зображення та підвищенням його якості; удосконалення операційних платформ, серед яких найпоширеніші «Android» та «iOS», «Windows Phone» (з 2010 р.); збільшення ємності батареї; можливість миттєвої передачі інформації на соціальні платформи, як-то Twitter, Instagram, та ін.; розширення доступу до всесвітньої мережі через Wi-Fi зони, що розміщувалися в медіацентрах, громадських закладах тощо; поширення технологій 3G. Саме високошвидкісний інтернет став каталізатором до розвитку мобільної журналістики, однак в Україні його впровадження затягнулося на роки, адже на відміну від процесу ліцензування технологій UMTS, який відбувся в багатьох країнах у 1998 р., у нашій державі про це заговорили аж у 2005, коли було створено Національну комісію з регулювання зв'язку. Широке впровадження технологій 3G в життя українських користувачів відбулося лише у 2015 р. Тоді ліцензії отримали три компанії-оператори мобільного зв'язку: Київстар, МТС та Астеліт, відомий українцям під брендом «Lifecell» [15]. Втім, Корея, яка декларує плани на підтримку впровадження технологій 4G і 5G в Україні, у своїй країні вже впроваджує п'яте покоління мобільного зв'язку. Спеціалісти прогнозують, що у відповідності до появи кожного нового покоління стандартів мобільного зв'язку з періодичністю в 10 р. (1G — 1981 р., 2G — 1992 р., 3G — 2001 р., 4G — 2010 р.) поширення 5G заплановано на 2020 р. [16, с. 554–556].

Етапи розвитку мобільної журналістики переконливо демонструють, що старіння сучасних технологій починається ще до повноцінного їх впровадження у життя, що підтвердила презентація компанії Apple 12 вересня 2017 р. одразу трьох моделей мобільних пристроїв iPhone 8, iPhone 8 Plus та iPhone X. Після заходу соціальні мережі вибухнули критикою, де в саркастичних постах звинувачували компанію у тому, що з презентованих моделей актуальною буде лише третя, період життя двох попередніх закінчився одразу після презентації наступної модифікації пристрою. Блогери вибухнули критикою: «такого Apple ще не робили, їхні iPhone 8

застаріли вже на презентації за 10 хвилин», або «До речі, Iphone 8 застарів прямо на презентації, на якій його було анонсовано. Приголомшливо!» [17].

Комунікація набуває мультиекранного характеру, відтак платформи мобільних додатків та використання широкої лінійки сучасних мобільних пристроїв/девайсів є вагомим сегментом розвитку радіомовлення майбутнього. Традиційно радіо вважали мобільним медіа, якісні ж зміни відбулися з появою інтернету. Відтепер, змагаючись за першість в оперативності, радіожурналісти користуються мобільними пристроями з метою «наздогнати» новинну стрічку інформаційних агентств. Трансформація радіомовлення у контексті мобільної мультиекранної журналістики відбувається в декількох напрямках:

- категорійного розширення пристроїв, взаємодія з якими сприяє збагаченню комунікативного потенціалу радіомовлення;
- еволюції його жанрової парадигми;
- збагачення комунікативного потенціалу радіостанції, що спрямовані до слухачів;
- збільшення можливостей позиціонування інформації радіожурналістами;
- блогери, які здійснюють реалізацію аматорських журналістських радіоініціатив, як інструмент самовираження, самоствердження та самопрезентації;
- додавання функції відтворення радіопотоку в додатки, що працюють на операційних системах мобільних пристроїв;
- створення комплексу програм орієнтованих на надання користувачам доступу до аудіальної інформації різного типу тощо.

Реконфігурація медіаресурсів у радіомовленні відбувається в умовах трансформації інформаційно-технологічної структури мобільної журналістики. Відтак постійне розширення лінійки персональних мобільних пристроїв з можливістю відтворення аудіо стає підґрунтям для формування нових способів доступу до радіопотоку чи різні взаємодії із ним.

Мультиекранна природа журналістики в секторі радіомовлення виявляється через телефони, смартфони/фаблети, планшетні ПК, смарт-годинники, фітнес-браслети, а також елементи доповненої реальності, зокрема навушники. Звичайні мобільні телефони є найстарішим інструментом в радіожурналістиці, адже вже у перших масових моделях була наявна можливість прослуховувати радіопотік в FM-діапазоні завдяки вмонтованому радіопередавачу, який використовував гарнітуру у якості антени. Без підключення до всевітньої мережі, проте із доступом до аналогового радіомовлення, в 2000-х — на початку 2010-х рр. дозволило радіослухачам вільно обирати серед наявних радіостанцій найулюбленішу. Відтепер слухачеві не потрібно мати при собі більший за розмірами радіоприймач, натомість він міг насолоджуватися звучанням улюбленої радіостанції через навушники навіть у людному місці.

Для радіожурналістів мобільний телефон швидко став інструментом професійної діяльності, оскільки включатися в ефір відтепер можна без додаткових технічних засобів. Низька якість звуку компенсувалася оперативністю та цінністю інформації, що передавалася наживо. Це дозволило інституту радіомовлення

знову позмагатися за місце в списку найоперативніших медіа. Можливість запису звуку на диктофон, короткі текстові, а також графічні повідомлення із поки що низькою якістю зображення стали невід'ємною частиною діяльності професійних журналістів та блогерів, а також підґрунтям для розвитку повноцінної мобільної журналістики.

Із розвитком ринку смартфонів технологічне урізноманітнення пристроїв такого класу сповільнюється, їхній подальший розвиток, як засвідчують реалії функціонування в останнє десятиліття, наслідуює функціонал смартфонів та забезпечує радше потреби в мобільному зв'язку, ніж стає платформою для акумуляції мультимедійного контенту.

Розквіт періоду мобільної журналістики почався із презентацією iPhone 3G компанії Apple у 2008 р. Відтоді смартфон став для журналіста проривом в напрямку індивідуальності, креативності, оперативності, відповідальності. За результатами опитування, яке здійснив П. Каргунен (журналіст веб-платформи Iltä-Sanomat з Фінляндії), респонденти зізналися: «Якщо перед тобою велика камера, то можеш почуватися так, ніби збираєшся зробити якусь велику річ чи що тобі ставитимуть дуже серйозні запитання, — сказав один із респондентів, 23-річний хлопець. — Мобільні телефони ж дуже знайомі. Ми звикли до них, користуємося ними щодня» [18]. Журналістика стає ближчою, відтак кожен користувач усвідомлює власну можливість якщо не долучитися до створення контенту, то отримати його із різноманітніших джерел, самому визначити власний інформаційний порядок денний. Сучасний ринок мобільних пристроїв розвивається в умовах жорсткої конкуренції операційних систем, як-от: Andriod, iOS, Windows Phone, Java Me, Simbian, Black-Berry, Samsung та ін., які постійно працюють над вдосконаленням програмного забезпечення, а відтак і розширенням функціоналу. Технології швидкісного мобільного зв'язку перетворили кожен пристрій в повноцінну мультимедійну систему, яка використовується як на етапі збору та фіксації інформації (текст, аудіо, відео, фото), її обробки (графічні редактори, монтажні столи тощо) та передачі і презентації (електронна пошта, телефонний зв'язок, месенджери, постинг в соціальних мережах, програми-агрегатори конкретних радіопроектів).

Відповідно до наявних технологічних можливостей еволюціонує система радіомовлення. На III конференції Радіодослідної секції Європейської асоціації досліджень та освіти в галузі комунікацій старший викладач радіожурналістики в Сандерлендському університеті (Великобританія) Р. Беррі виступив із доповіддю під назвою «Майбутнє радіо — це інтернет, а не в інтернеті» [19, с. 3–12]. У праці фахово обґрунтовано тезу про те, що інтернет не суперник, а навпаки нова платформа для розповсюдження інформації, технологія розширення та покращення радіопрограм спрямовані до кожного слухача [19, с. 12]. Наявні інструменти з налаштування практично персональної радіостанції відкривають нові можливості для інформаційного обміну ведучого зі слухачем, який виходить далеко за межі аудіопотоку, зачіпаючи двосторонню комунікацію у текстовому, фото-, відеорежимі.

Попри технологічний поступ у розвитку смартфонів та широко анонсовані перспективи, як-то штучний інтелект, яким будуть управляти за допомогою

голосових команд, розпізнаватиме осіб при фотографуванні, проектуватиме зображення за допомогою 3D-голограм тощо, рівень росту продажів смартфонів із 2016 р. сповільнився. І якщо в перші роки компанії компенсували свої прибутки завдяки насиченню ринку в країнах, що розвиваються, то вже за кілька років користувачі, почали неохоче змінювати власні девайси без вагомих підстав (технічних новацій), які пропонують виробники. Директор із досліджень дослідницької та консалтингової компанії, що спеціалізується на ринку інформаційних технологій Gartner (США), Р. Козза оприлюднила дані, згідно з яким «у 2016 р. загальносвітові поставки мобільних телефонів зросли до 1,89 млн штук. У 2017 і 2018 рр. очікується підйом до 1,9 і 1,936 млн одиниць відповідно, а в 2019-му продажі трохи знизяться — до 1,934 млн штук» [20]. Тож і в найближчі роки смартфони, завдяки універсальності функцій та оптимальному дизайну, який спрощує доступ до нього у будь-яких умовах, збережуть визначальну роль як в мобільній журналістиці загалом, так і в радіомовленні зокрема.

Інструменти реконфігурації мобільних ресурсів дозволяють використовувати як інструмент поширення та взаємодії із радіостанцією і планшетні ПК, зокрема ноутбуки зі знімним сенсорним екраном. В українську мобільну журналістику ці пристрої активно ввійшли в період Революції гідності 2014 р. Стріми стали чи не головним механізмом документування суспільно-політичних подій, а в суспільстві сформувався образ мобільного журналіста, як людини, яка веде польові дослідження оснастившись портативним мультимедійним обладнанням для запису та фіксації інформації будь-якого типу. Як розповів Б. Кутепов журналіст-стрімер Громадського ТБ: «Я стрімлю на звичайний iPad mini. Використовувати щось велике за габаритами немає сенсу. Мої колеги часто стрімлять навіть за допомогою iPhone, бо коли в складних умовах потрібно провести зйомку, то, використовуючи телефон, ще якось можна вдати, що ти просто тримаєш його в руці, і є ймовірність, що цього ніхто не помітить. Із великим планшетом чи з камерою такого не вдається зробити» [21]. В радіомовленні аудіострімінг став етапом розквіту персонального інтернет-радіомовлення, в якому, попри всі позитивні функції Г. Журавльова, досліджуючи траєкторію розвитку музичного радіомовлення зазначає, що насичення аудіоринку дилетантами може негативно вплинути на цілу систему радіомовлення [22, с. 90–95].

Планшет досі залишається важливим функціональним інструментом мобільної радіожурналістики, проте поширенню більш компактних смартфонів протиставити не може нічого окрім зручнішого доступу в інтернет та орієнтацію на мультимедійний контент (знову ж завдяки габаритам). Крім збільшеного до 10–13 дюймового дисплея, проти 4–6 дюймового у смартфоні, планшет поступається якістю камери, що є значним застереженням для професійного використання, та не суттєвим для персонального відтворення/взаємодії із радіоканалом. Як зазначає користувач під ніком WELDER на платформі форуму для медіафахівців «планшет без можливості підключення OTG (адаптер для приєднання додаткових мобільних девайсів — авт.) — це як комод без ручок. Можна відправляти текстові файли, але необхідні зображення ... Хорошо, якщо є вбудована камера, але часто

знімки залишають бажати кращого. Найбюджетніший варіант — відправити новину короткою стрічкою по електронній пошті з телефону» [23].

Ера смарт-годинників як портативного пристрою для відтворення різнотипної інформації розпочалася в 2012 р., коли компанія WIMM Labs презентувала перший годинник з операційною системою Android «WIMM One». Відтоді смарт або розумні годинники (англ. — “Smartwatch”) розвиваються у напрямку копіювання функціоналу смартфона, використовуючи при цьому практично всі можливості свого старшого «більшого» брата. Для подібних пристроїв вже розроблено унікальні операційні системи, постійно розширюється функціональне навантаження на функції, які виконуються. Попри медійну популярність технічної новинки, значного попиту серед користувачів порівняно з ринком смартфонів, вона поки що не здобула. А додатковий час, який необхідно годинникові для підключення до смартфона, з метою керування чи корегування його роботи, робить пристрій ще більш не конкурентоспроможним. Водночас розробники пророкують йому успішне майбутнє лише у тому випадку, якщо технічно вдасться напрацювати унікальний функціонал. Одним із шляхів розвитку смарт-годинників пов’язують із фітнес-трекінгом, набір актуальних функцій якого (крокомір, секундомір, моніторинг сну, підрахунок калорій та пульсу, контроль активності) зробить пристрій не заміником смартфона, а самостійним аксесуаром.

Технології доповненої реальності є перспективним сектором розвитку мобільних технологій. У розрізі радіомовлення заслуговують на увагу розумні навушники (англ. — «Smart Headphones»). Це бездротові пристрої з акумуляторами та вбудованою пам’яттю, які завдяки виконуваним функціям фактично є незалежним від інших портативним музичним девайсом. Окрім вже стандартних для пристроїв такого типу можливостей: вібрації, перемикання пісні, з’єднання Bluetooth, відповіді на телефонний зв’язок, відтепер навушники є самостійними MP3-плеєрами із вбудованою пам’яттю, фільтрують звуки навколишнього світу під час відтворення аудіофайлів чи заглушують їх, наділені функціями голосового контролю роботи зовнішніх пристроїв. Спершу для навушників, як зазначають розробники, варто розробити сенсорні панелі, впровадити розпізнавання голосу власника для передачі команд, здійснити обробку аудіофайлів при відтворенні та наближення якості звуку до студійного.

Ринок поширення таких технологій є одним з найперспективніших у своєму секторі. До прикладу, у 2015 р. проект «Aivvy Q» на краутфандинговому сервісі Kickstarter за декілька тижнів зібрав необхідні для роботи 180 тис. доларів, водночас пообіцявши акціонерам втілити в життя технологію «Music Cortex», яка дозволяє вивчати медіасмаки користувачів та відповідно до них відтворювати файли обираючи їх із понад 40 млн композицій. Річний абонемент на користування музичним каталогом включено у вартість пристрою, яка становить \$250.

**Висновки.** Попри те, що девайси такого типу не володіють технологіями доступу до всесвітньої мережі, перспективи радіомовлення прослідковуємо у розвитку радіопроектів за запитом, які пропонують користувачам відтворювати обрані файли відтерміновано у часі, а також аудіоблогів. Прослуховування



аудіокниг, радіопостановок вже сьогодні є можливим з урахуванням технічних можливостей пристрою, однак поки що вони не набули широкого поширення через високу вартість.

Загалом технологічні новинки актуальні для поступу радіомовлення у декількох основних аспектах:

- дають можливість передавати практично одночасно контент будь-якого формату з місця події у студію, ефір чи на сайт;
- об'єднують роботу радіожурналіста одразу на декількох девайсах (відповідати на вхідні телефонні дзвінки можна з будь-якого із проаналізованих пристроїв, майже на кожному можна працювати в текстовому редакторі та отримувати доступ до всесвітньої мережі тощо). Сучасні технології завдяки об'єднанню своїх функцій дозволяють власнику створювати текст на одному з пристроїв, а доповнювати або розширювати його фотознімками чи аудіофайлами вже на іншому;
- вбудований GPS-модуль дозволяє журналістові не лише спілкуватися онлайн, а й, за потреби, знаходити інших користувачів, які стали свідками події та діляться інформацією на соціальних платформах, зазначаючи власні геолокаційні дані.
- персоналізація та гіперлокалізація дають можливість слухачам відчутися себе якщо не учасниками, то свідками події, а радіостанціям максимально наблизитись до потреб конкретного слухача.

З технічного боку, проаналізовані девайси об'єднує бажання розробників зробити його модератором роботи інших пристроїв, як наслідок у кожному із них є функція керування іншим, що в майбутньому зможе змусити користувача блукати по колу в технічному вирі інновацій. Ще однією проблемою є зворотній бік персоніфікації — обмеження персонального простору, яке відбувається завдяки програмам, які збирають особисту інформацію, що, на перший погляд, не несуть такої загрози. Прикладом цього можуть бути елементарні фітнес-трекери, смарт-годинники чи смартфони, які збирають інформацію щодо фізичних кондицій користувача, та в майбутньому, зможуть встановлювати діагноз власнику, фактично виконуючи функцію електронної амбулаторної картки.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Opeggaard B. How mobile devices are creating hyperlocal opportunities [Electronic resource]. Research Gate. 2014. URL: [https://www.researchgate.net/publication/274709601\\_How\\_mobile\\_devices\\_are\\_creating\\_hyperlocal\\_opportunities](https://www.researchgate.net/publication/274709601_How_mobile_devices_are_creating_hyperlocal_opportunities).
2. Serrano A. Tellería Journalism, Transmedia & Design Thinking [Electronic resource]. Research Gate. 2017. URL: [https://www.researchgate.net/publication/316716964\\_Journalism\\_Transmedia\\_Design\\_Thinking](https://www.researchgate.net/publication/316716964_Journalism_Transmedia_Design_Thinking).
3. Cameron D. The rocket in your pocket: How mobile phones became The Media by stealth [Electronic resource]. Research Gate. 2006. URL: [https://www.researchgate.net/publication/280684403\\_The\\_rocket\\_in\\_your\\_pocket\\_How\\_mobile\\_phones\\_became\\_The\\_Media\\_by\\_stealth](https://www.researchgate.net/publication/280684403_The_rocket_in_your_pocket_How_mobile_phones_became_The_Media_by_stealth).

4. Palacios M., Barbosa S., Silva F. Da Mobile journalism and innovation: A study on content formats of autochthonous news apps for tablets [Electronic resource]. Research Gate. 2015. URL: [https://www.researchgate.net/publication/297766949\\_Mobile\\_journalism\\_and\\_innovation\\_A\\_study\\_on\\_content\\_formats\\_of\\_autochthonous\\_news\\_apps\\_for\\_tablets](https://www.researchgate.net/publication/297766949_Mobile_journalism_and_innovation_A_study_on_content_formats_of_autochthonous_news_apps_for_tablets).
5. Ember S. News Outlets Rethink Usage of the Term «Alt-Right» [Electronic resource]. The New York Times [site]. 2016. URL: <https://www.nytimes.com/2016/11/28/business/media/news-outlets-rethink-usage-of-the-term-alt-right.html>.
6. Bolat E. Discovering Magic of Mobile Technology in Business: Strategic Marketing Perspective [Electronic resource]. Research Gate. 2017. URL: <https://www.researchgate.net/publication/314270797>.
7. Рябічев В. Мобільні технології соціальних комунікацій в Інтернет-журналістиці [Електронний ресурс]. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. Львів, 2012. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/14609/1/48\\_108-109\\_maket-ena-ntb%28099%29.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/14609/1/48_108-109_maket-ena-ntb%28099%29.pdf).
8. Коструба О. Мобільна журналістика: нові можливості [Електронний ресурс]. European Journalism Observatory. [сайт]. 2015. URL: <http://ua.ejo-online.eu/2153/>.
9. Ketterling H.-P. A. Introduction to Digital Professional Mobile Radio. Boston: Artech House, 2004. 354 p.
10. Web-site «RTE Mojocon» – mobile journalism conference [Electronic resource]. 2016. URL: <https://mojocon.rte.ie/>.
11. Richardson A. Commentary: Mobile Journalism: A Model for the Future [Electronic resource]. Diverse. Issues in Higher Education. [сайт]. 2012. URL: <http://diverseeducation.com/article/17180/>.
12. Burum I., Quinn S. MOJO: The Mobile Journalism Handbook: How to Make Broadcast Videos with an iPhone or iPad. 2015. 322 p.
13. «Батьком» першого у світі мобільного телефона був син українських емігрантів [Електронний ресурс]. Експрес Online. [сайт]. 2016. URL: <http://expres.ua/news/2016/02/24/174794-batkom-pershogo-sviti-mobilnogo-telefona-buv-syn-ukrayinskyh-emigrantiv#.VtCsEmrJ9bM.facebook>.
14. Ви знаєте, коли я вперше взяв мобільний телефон? – Леонід Кравчук [Електронний ресурс]. Youtube. 2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Lla2tCJtfbg>.
15. Lighter G. Догоняя прошлое. Как развивался 3G в Украине и мире [Електронний ресурс]. Uip. [сайт]. 2017. URL: <https://uip.me/2015/03/dogonyaya-proshloe-razvitie-3g-v-ukraine-i-mire/>.
16. Li X., Gani A., Salleh R. The Future of Mobile Wireless Communication Networks. International Conference on Communication Software and Networks. 2009. № 2. P. 554–556.
17. Устарел уже на презентации: в сети посмеялись над iPhone 8 [Электронный ресурс] // ТСН. [сайт]. 2017. URL: [https://ru.tsn.ua/nauka\\_it/ustareli-uzhe-na-prezentacii-v-seti-posmeyalis-nad-iphone-8-929380.html](https://ru.tsn.ua/nauka_it/ustareli-uzhe-na-prezentacii-v-seti-posmeyalis-nad-iphone-8-929380.html).
18. Каргунен П. Мобільні журналісти проводять більше інтерв'ю – дослідження [Електронний ресурс]. European Journalism Observatory. [сайт]. 2017. URL: <http://ua.ejo-online.eu/3613/%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B5/mobilni-journalisty-berut-bilshe-interview>.

19. Oliveira M., Stachyra G., Starkey G. Radio: The Resilient Medium. Sunderland: Centre for Research in Media and Cultural Studies, University of Sunderland, 2014. 321 p.
20. Ринок мобільних телефонів очікує спад через два роки [Електронний ресурс]. Deps. [сайт]. 2017. URL: <https://deps.ua/en/component/zoo/item/rinok-mobilnikh-telefoniv-ochikue-spad-cherez-dva-roki.html>.
21. Трофанюк В. Богдан Кутепов: «Стрімери – це “журналісти-партизани”» [Електронний ресурс]. Broadcast. [сайт]. 2014. URL: [http://broadcast.net.ua/show/Vnestudijnoe\\_proizvodstvo/4006-bogdan\\_kutepov\\_strimeri\\_-\\_ce\\_zhurnalisti-partizani\\_03.04.2014](http://broadcast.net.ua/show/Vnestudijnoe_proizvodstvo/4006-bogdan_kutepov_strimeri_-_ce_zhurnalisti-partizani_03.04.2014).
22. Журавлева А. Траектория развития музыкального радиовещания: от массовой коммуникации к интраперсональному диалогу. Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2016. С. 90–95.
23. Планшет для журналиста, чтобы ездить в командировки и оперативно передавать инфу [Электронный ресурс]. Atb. 2014. URL: <http://forum.atb-music.ru/index.php?show-topic=4536>.

#### REFERENCES

1. Oppgaard, B. (2014). How mobile devices are creating hyperlocal opportunities: Research Gate. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/274709601\\_How\\_mobile\\_devices\\_are\\_creating\\_hyperlocal\\_opportunities](https://www.researchgate.net/publication/274709601_How_mobile_devices_are_creating_hyperlocal_opportunities) (in English).
2. Serrano, A. Tellería (2017). Journalism, Transmedia & Design Thinking: Research Gate. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/316716964\\_Journalism\\_Transmedia\\_Design\\_Thinking](https://www.researchgate.net/publication/316716964_Journalism_Transmedia_Design_Thinking) (in English).
3. Cameron, D. (2006) The rocket in your pocket: How mobile phones became The Media by stealth: Research Gate. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/280684403\\_The\\_rocket\\_in\\_your\\_pocket\\_How\\_mobile\\_phones\\_became\\_The\\_Media\\_by\\_stealth](https://www.researchgate.net/publication/280684403_The_rocket_in_your_pocket_How_mobile_phones_became_The_Media_by_stealth) (in English).
4. Palacios, M., Barbosa, S., & Silva, F. Da (2015). Mobile journalism and innovation: A study on content formats of autochthonous news apps for tablets: Research Gate. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/297766949\\_Mobile\\_journalism\\_and\\_innovation\\_A\\_study\\_on\\_content\\_formats\\_of\\_autochthonous\\_news\\_apps\\_for\\_tablets](https://www.researchgate.net/publication/297766949_Mobile_journalism_and_innovation_A_study_on_content_formats_of_autochthonous_news_apps_for_tablets) (in English).
5. Ember, S. (2016). News Outlets Rethink Usage of the Term «Alt-Right»: The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2016/11/28/business/media/news-outlets-rethink-usage-of-the-term-alt-right.html> (in English).
6. Bolat, E. (2017). Discovering Magic of Mobile Technology in Business: Strategic Marketing Perspective: Research Gate. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/314270797> (in English).
7. Riabichev, V. (2012). Mobilni tehnolohii sotsialnykh komunikatsii v Internet-zhurnalistytsi: Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. Retrieved from [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/14609/1/48\\_108-109\\_maket-ena-ntb%28099%29.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/14609/1/48_108-109_maket-ena-ntb%28099%29.pdf). (in Ukrainian).
8. Kostruba, O. (2015). Mobilna zhurnalistyka: novi mozhlyvosti: European Journalism Observatory. Retrieved from <http://ua.ejo-online.eu/2153/> (in Ukrainian).
9. Ketterling, H.-P. A. (2004). Introduction to Digital Professional Mobile Radio. Boston: Artech House (in English).

10. Web-site «RTE Mojocon» – mobile journalism conference. (2016). Retrieved from <https://mojocon.rte.ie/> (in English).
11. Richardson, A. (2012). Commentary: Mobile Journalism: A Model for the Future: Diverse Issues in Higher Education. Retrieved from <http://diverseeducation.com/article/17180/> (in English).
12. Burum I., & Quinn S. (2015). MOJO: The Mobile Journalism Handbook: How to Make Broadcast Videos with an iPhone or iPad (in English).
13. «Batkom» pershoho u sviti mobilnoho telefona buv syn ukrainskykh emigrantiv. (2016): Ekspres Online. Retrieved from <http://expres.ua/news/2016/02/24/174794-batkom-pershogo-sviti-mobilnogo-telefona-buv-syn-ukrayinskykh-emigrantiv#.VtCsEmrJ9bM.facebook> (in Ukrainian).
14. Vy znaiete, koly ia vpershe vziav mobilnyi telefon? – Leonid Kravchuk. (2017): Youtube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Lla2tCJtfbg> (in Ukrainian).
15. Lighter, G. (2017). Dogoniaia proshloe. Kak razvivalsia 3G v Ukraine i mire: Uip. Retrieved from <https://uip.me/2015/03/dogonyaya-proshloe-razvitie-3g-v-ukraine-i-mire/> (in Russian).
16. Li, X., Gani, A., & Salleh, R. (2009). The Future of Mobile Wireless Communication Networks: International Conference on Communication Software and Networks, 2, 554–556 (in English).
17. Ustarel uzhe na prezentacii: v seti posmeialis nad iPhone 8. (2017): TCH. Retrieved from [https://ru.tsn.ua/nauka\\_it/ustareli-uzhe-na-prezentacii-v-seti-posmeyalis-nad-iphone-8-929380.html](https://ru.tsn.ua/nauka_it/ustareli-uzhe-na-prezentacii-v-seti-posmeyalis-nad-iphone-8-929380.html) (in Russian).
18. Karhunen, P. (2017). Mobilni zhurnalisty provodiat bilshe interv'iu – doslidzhennia: European Journalism Observatory. Retrieved from <http://ua.ejo-online.eu/3613/%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B5/mobilni-journalisty-berut-bilshe-interview> (in Ukrainian).
19. Oliveira, M., Stachyra, G., & Starkey, G. (2014). Radio: The Resilient Medium. Sunderland: Centre for Research in Media and Cultural Studies, University of Sunderland (in English).
20. Rynok mobilnykh telefoniv ochikuie spad cherez dva roky. (2017): Deps. Retrieved from <https://deps.ua/en/component/zoo/item/rinok-mobilnikh-telefoniv-ochikue-spad-cherez-dva-roki.html> (in Ukrainian).
21. Trofaniuk, V. (2014). Bohdan Kutieпов: «Strimery – tse “zhurnalisty-partyzany”»: Broadcast. Retrieved from [http://broadcast.net.ua/show/Vnestudijnoe\\_proizvodstvo/4006-bogdan\\_kutepov\\_strimeri\\_-\\_ce\\_zhurnalisti-partizani\\_03.04.2014](http://broadcast.net.ua/show/Vnestudijnoe_proizvodstvo/4006-bogdan_kutepov_strimeri_-_ce_zhurnalisti-partizani_03.04.2014) (in Ukrainian).
22. Zhuravleva, A. (2016). Traektorii razvitiia muzykalnogo radioveshchaniia: ot massovoi kommunikacii k intrapersonalnomu dialogu: Zhurnalistika tcifrovoi epokhi: kak meniaetsia professiia: materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Ekaterinburg, 90–95 (in Russian).
23. Planshet dlia zhurnalista, chtoby ezdit v komandirovki i operativno peredavat infu. (2014): Atb. Retrieved from <http://forum.atb-music.ru/index.php?showtopic=4536> (in Russian).

## RECONFIGURATION OF MEDIA RESOURCES IN THE PROCESS OF ESTABLISHING MOBILE RADIO JOURNALISM

T. S. Hirina

*Classical Private University,  
70B, Zhukovskiy St., Zaporizhzhia 69002, Ukraine  
hirinatetyana@gmail.com*

*The article analyses the use of mobile technologies during radio journalists' performance of their duties. The experience of Ukrainian and foreign scientists in studying the potential of mobile journalism has been considered, and the notion of "Mojo" ("mobile journalism") has been studied in the context of historical stages of development. The transformation of broadcasting in the context of mobile multiscreen journalism is categorically represented through the expansion of the line of devices, the evolution of the genre paradigm, the enrichment of the communicative potential of the radio station, the increased possibilities of positioning information by radio journalists, the implementation of amateur journalistic radio initiatives, the inclusion of the function of reproducing the radio stream in applications, the creation of a variety of programs focused on providing users access to audio information of various types, etc. The potential has been revealed for the development of broadcast through devices that offer users the ability to play selected files later in time, as well as the potential of audio blogs, audio-books, radio shows.*

**Keywords:** *audio podcasting, "Mojo", mobile radio journalism, multi-screen, streaming radio.*

*Стаття надійшла до редакції 29.09.2017.*

*Received 29.09.2017.*