

**Локальна преса України станом на 2020 рік:
Одещина на тлі інших регіонів**

Ангеліна Житнікова, здобувачка другого (магістерського) рівня факультету журналістики, реклами та видавничої справи, Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Олена Іванова, науковий керівник, д-р наук із соціал. комун., професор, декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

У статті досліджується тенденції, подібності та відмінності, властиві локальній пресі Одещини та інших регіонів країни станом на 2020 рік.

За матеріалами описових звітів медіаекспертів порівнюється якість дотримання професійних стандартів, процес комерціалізації та жанрово-тематична направленість місцевої преси Одещини та інших регіонів України.

Ключові слова: регіональні ЗМІ, місцева преса, масмедіа, журналістські стандарти.

У добу інформаційного суспільства професіоналізація торкнулася як масмедіа, так і їхньої аудиторії. Остання вчиться адекватно розуміти виробників медіапродукції, їхні наміри та приймати власні рішення. ЗМІ, у свою чергу, намагаються стати провайдерами значущої та надійної інформації. Саме на тлі відносин масмедіа й аудиторії, які підпорядковуються сучасним тенденціям інформаційного суспільства, формуються тренди журналістики, зокрема регіональної. Перенасичення інформаційного простору інформаційними потоками та продуктами, що розраховані на споживання масовою аудиторією, позначається на якості журналістики. Науковці, що систематично досліджують регіональні медіа, виокремлюють певні проблеми в

їхній діяльності на нинішньому етапі та визначають рівень якості місцевих видань в сучасній Україні.

Дослідниця І. Луцюк у праці «Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми» пише: «Однією з важливих умов для якісної роботи регіональних ЗМІ є розвиток місцевого самоврядування. Місцева преса стала невід’ємним елементом у будові громадянського суспільства» [6].

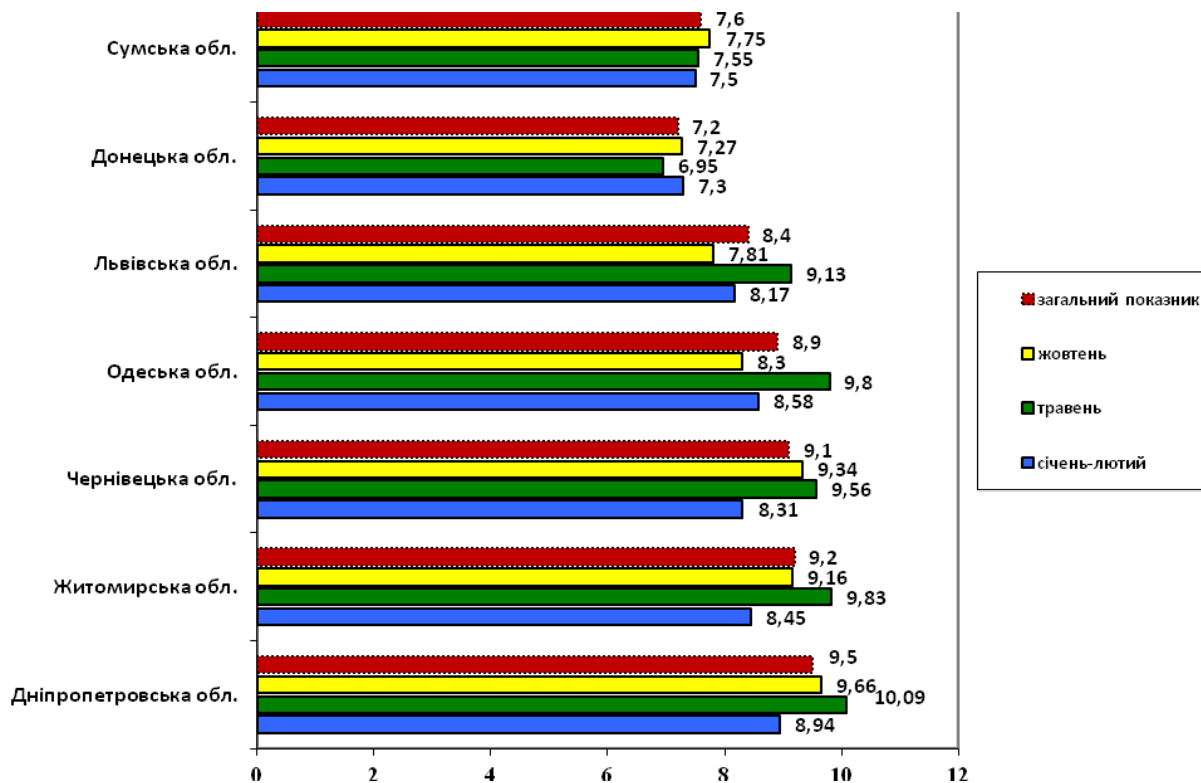
На думку І. Паславського передовою проблемою регіональної преси є інертність її кадрів: «небажання до радикальних і сміливих впроваджень, до ризикованих експериментів і глибоких перетворень» [13]. А німецькі медіадослідники З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен акцентують увагу на таких недоліках місцевих видань: «вужчий спектр тем (менше подій, тому відносно прості теми беруть верхнад складними); порівняно звужено кількість жанрових різновидів (жанри, які вимагають більших затрат часу та коштів (як-от журналістське розслідування), менше розвинені); невелика кількість критичних матеріалів: журналісти обмежуються вже відомою інформацією чи тою, яка «лежить на поверхні», щоб зменшити конфлікт з місцевою елітою; більшість інформації – це повідомлення, а не власні, ексклюзивні теми»[1].

Науковці О. Іванова та О. Мойсєєва, що протягом останніх семи років систематично проводять моніторингові дослідження української регіональної преси, а також є авторами підручника для місцевих ЗМІ, вважають, що «професійне виробництво новин – це ціла низка жорстких правил, які повною мірою висуваються і до регіональних ЗМІ» [4]. На відміну від центральних ЗМІ, регіональні медіа мають інші наміри, настанови, контент та іншого реципієнта. Для реалізації намірів максимально релевантних намірам аудиторії місцеві медіа враховувати *рівень дотримання правила наближення інтересів*: новини локальної преси мають стосуватися місцевості та потреб і зацікавлень мешканців; *рівень дотримання професійних стандартів*: неякісне видання не може забезпечити довіру аудиторії. Недовіра до медіа має ланцюг наслідків, адже реципієнт не тільки змінює джерело інформації, але й переконує в

некомпетентності видання інших адресатів; *авторитет і репутація ЗМІ* є одним із вагомих показників якості видання, яку легко втратити навмисним і надмірним відбором тем/проблем, експертами-«лідерами думок»; *порядок денний*, завдяки якому мас-медіа конструюють реальність, здійснюючи селекцію до / для / під час комунікації з аудиторією.

Спираючись на погляди вчених, проведені та оприлюднені моніторингові дослідження, ми поставили собі за мету визначити рівень якості друкованих місцевих медіа Одещини та описати їх на тлі 6-ти областей України (Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Львівська, Сумська, Чернівецька).

Порівнюючи одеські «районки» з місцевими ЗМІ вищезгаданих регіонів, ми з'ясували, що станом на 2020 рік за рівнем дотриманості професійних стандартів Одещина посідає 4 місце – 8,9 балів з 12 можливих. Найвищу позицію займає Дніпропетровщина – 9,5 балів, а найнижчу – Сумщини – 7,6 балів (див. *Діаграма 1*). Серед газет регіона-лідера найякісніший контент мають «Наше місто» (січень-лютий) та «Степова зоря» (травень, жовтень). Несуттєво відхиляються за показниками й газети Одещини, адже номери «Вістей Біляївки» за січень-лютий та «Дружби» за травень перевищують показники регіону-лідера. За моніторингові періоди досліджень, що здійснювались експертами ІДПО, найвищі показники якості локальних медіа України припадають на травень, де можна виокремити газети Болградського району Одеської області «Дружба» – 11,25 балів [10]; Пулинського району Житомирської області «Вісті» – 11 [12]; та Петропавловського району Дніпропетровської області «Степова зоря» – 10,88 [9].

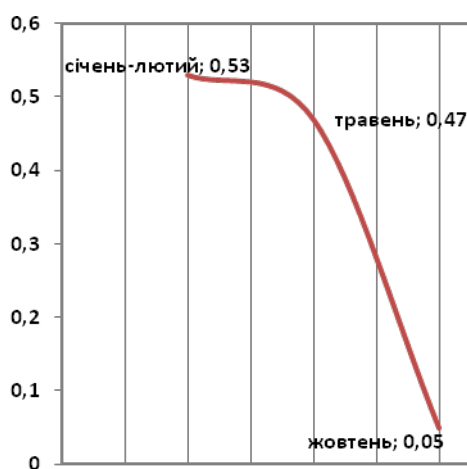


Діаграма 1. Порівняння якості дотримання професійних стандартів друкованої районної преси 7-ми регіонів України за 2020 рік

Оцінюючи стан районної преси Одещини за травень, медіаексперт В. Садівничий звернув увагу: «Неабияку приємність отримав від читання газети «Вісті Біляївки». Далеко не всі обласні ЗМІ працюють на такому рівні подачі інформації: оперативність, опертя на факти, вказання джерел, прив'язка загальноукраїнських подій до свого району та інші професійні речі» [11].

Науковець В. Різун зауважує, що «баланс думок політичних опонентів і незалежних експертів дозволяє отримувати громадянам повну інформацію про події, а не набір сумнівних тверджень, поданих для забезпечення штучного балансу, який лише створює “інформаційний шум” і позбавляє громадян можливості зробити власний аналіз і власні висновки» [2], але локальна преса усіх регіонів нехтує балансом думок, висвітлюючи події короткими інформаційними повідомленнями, офіційною інформацією з місцевих установ/організацій, новинами, в яких відсутній експертний висновок, чи піддаючись політичному тиску місцевої влади, бажанню оперативно подати новину (не перевіривши інформацію, не показуючи контрастну позицію).

Також подекуди, через брак професіоналізму, місцеві масмедіа вдаються до такої помилки, як відсутність балансу думок, що виглядає як навмисна політична ангажованість. Проте, варто також констатувати, що місцеві ЗМІ мають слабкість щодо політичної замовності. Це можна продемонструвати на прикладі Одещини: показник цього стандарту з наближенням місцевих виборів знижується (див. Діаграма 2). Зазначимо, що в жовтні лише газета «Дружба» намагається подавати неупереджені матеріали, тоді як решта ЗМІ взагалі ігнорують баланс думок [8].

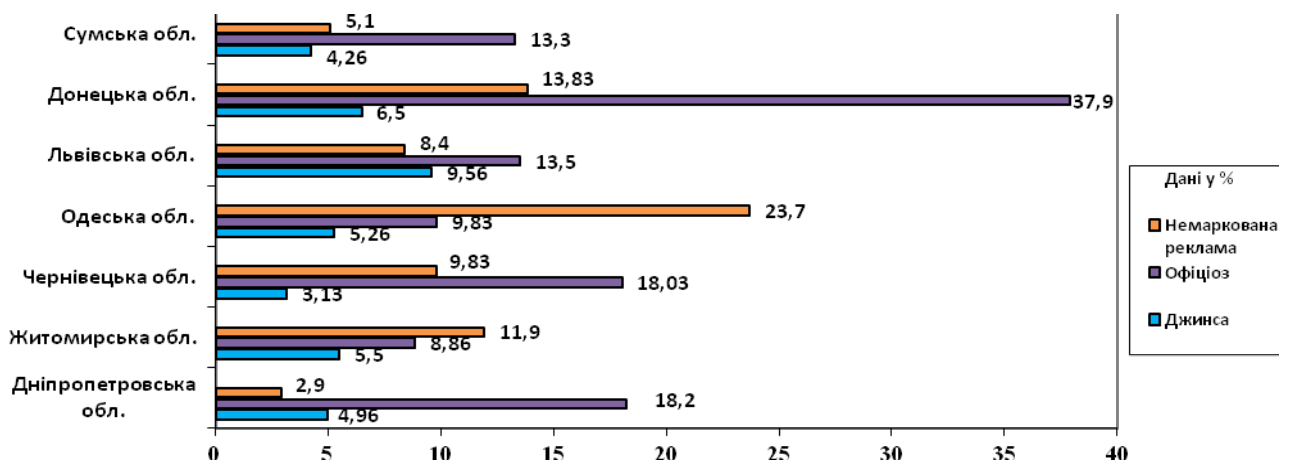


Діаграма 2. Баланс думок одеської районної преси за 2020 рік (за даними Інституту демократії імені Пилипа Орлика)

Адаптуючись до нових особливостей інформаційного простору, медіа почали комерціалізуватися [5]. Джерелом економічної спроможності ЗМІ стає реклама, що демонструє вплив економіки на поле журналістики. Розглянемо, яку роль така тенденція відіграла у районній пресі.

Згідно із Законом України «Про рекламу» преса повинна позначати рекламні матеріали як «реклама» чи «на правах реклами», а не будь-якими іншими позначками [3], але, як показує статистика (див. Діаграма 3), видання через незнання / свідомо / ухиляючись від податків чи виконуючи «вимоги» замовника, публікують «джинсу», офіціоз та немарковану рекламу. Провайдером прихованої реклами серед представлених областей виявилася Львівська, видання якої з часом витісняли комерційну «джинсу» політичною:

як правило, рекламувалися місцеві та сільські голови. «Центром» немаркованої реклами стає Одеська область, яка на 20,8% випереджає за цим показником регіон, який більш свідомо ставиться до маркування реклами. Зазначимо, що лише дніпропетровська преса у жовтні 2020 року з усіх проаналізованих регіонів друкує виключно марковану рекламу. Незважаючи на перевантаження офіціозом та «паркетними» матеріалами у виданнях Донецької області, розчаровує газета «Червоний гірник» (Дніпропетровська область), яка в одному з лютневих номерів 39 з 44 шпальт відводить під протоколи, звіти та прес-релізи місцевої влади [7].



Діаграма 3. Джинса, офіціоз та немаркована реклама у друкованій районній пресі 7-ми регіонів України за 2020 рік

Найпопулярнішими на шпальтах локальних медіа є розважальна інформація (гороскопи, кросворди, вікторини та інше) та оголошення, які, мабуть, користуються попитом серед місцевих мешканців. Цікавить регіони також життя місцевої громади (включно з повідомленнями про діяльність місцевого самоврядування) та освіта (у зв'язку з переведенням місцевих шкіл на дистанційне навчання). У жовтневих номерах також на перші позиції виходить тема політики, що пояснюється наближенням місцевих виборів.

Переважна кількість опублікованих матеріалів в місцевій пресі України не чинить негативного емоційного впливу на читача, часто демонструє нейтральний виклад інформації та містить зважені висновки, забезпечуючи

читача можливостями самостійного аналізу, але більше позитивно заряджених матеріалів публікують видання Чернівецької, Сумської та Донецької областей. Поступово й матеріали одеських локальних ЗМІ здобувають більше позитивного забарвлення. Медіаексперта А. Федорина зазначає різну тональність при висвітленні матеріалів однієї тематики одеськими та сумськими медіа: «Враження від сумських видань: вони подали тему примирення та річниці перемоги переважно нейтрально, емоційно витримано, навіть при публікуванні матеріалів-спогадів. А от у матеріалах деяких одеських видань присутня тінь радянського ставлення і до війни, і до перемоги, така собі ностальгійність, у якій відчувається підручник історії радянської доби. При цьому ми не констатуємо присутність антиукраїнських меседжів, пропаганди тощо, але “післясмак” лишається» [11].

Жанрова палітра локальної преси України обмежується переважно інформаційними повідомленнями та протокольними матеріалами і прес-релізами. Аналітичні матеріали у вигляді статей та оглядів зустрічаються дуже нечасто. Навіть офіціоз журналісти не супроводжують роз’яснювальними коментарями, що знижує якість публікацій. Цей фактор разом із високим показником запозичених матеріалів свідчить про низький рівень професіоналізму та інертність кадрів місцевих медіа.

Висновки

Порівняльний аналіз локальних медіа України демонструє, що загальний рівень дотримання професійних стандартів, який є одним з провідних показників якісної журналістики, є вищим за середній. Серед представлених областей Одеська знаходиться десь посередині, між нижчим і вищим з показників. Джерелом економічної спроможності масмедіа є реклама, яка в одеській місцевій пресі часто не маркується. У передвиборчий період простежується збільшення кількості матеріалів з ознаками політичної замовності.

Місцева преса демонструє тенденцію до формування порядку денного місцевою владою та зниження рівня ексклюзивних новин, що, безумовно, негативно впливає на авторитет та репутацію ЗМІ, про що свідчать високі показники публікацій інформаційних жанрів, офіціозу без роз'яснювальних коментарів та засилля запозичених матеріалів. Місцеві газети знаходяться у стані дефіциту аналітичних матеріалів. Тематика, що висвітлюється локальною пресою, враховує потреби та інтереси населення, а головне надає перевагу життю місцевої громади.

Локальні медіа України переживають черговий етап свого розвитку, який характеризується об'єктивними складнощами та певними недоліками у діяльності конкретних редакцій, але деякі видання, зокрема і в одеському регіоні, демонструють рух до якості, здійснюючи щиру і фахову комунікацію з аудиторією.

Література

1. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: довідник / З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен // перекл. з нім. П. Демешко, К. Макєєв. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с. ; С. 312-313.
2. Журналістська етика: Посібник для підготовки до державного іспиту / За ред. В.П. Мостового та В. В. Різуна. Київ, ТзОВ «ЗН УА», 2014. 224 с.; С.158.
3. Закон України «Про рекламу» : веб-сайт. URL : доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>. (дата звернення: 10.11.2020)
4. Іванова О., Мойсєєва О. Аудиторія локальних медіа: між очікуваннями та здобутками. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. / Під ред. О. Іванової. Київ, 2019. С. 8 – 60; С. 19.

5. Красноярова О. В. Коммерциализация СМИ и изменения в информационной среде // Известия Байкальского государственного университета. 2006. Вип. 2 (47) . С. 106-112. ; С. 107.

6. Луцюк І. Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2014. Випуск 39. С. 152-157; С. 152.

7. Моніторинговий звіт за січень-лютий 2020 року – Дніпропетровська область. Інститут демократії імені Пилипа Орлика : веб-сайт. URL : <https://idpo.org.ua/reports/3312-monitoringovij-zvit-za-sichen-lyutij-2020-roku-odeska-oblast.html> (дата звернення: 28.06.2020)

8. Описовий звіт за жовтень 2020 року – Одеська область. Інститут демократії імені Пилипа Орлика : веб-сайт. URL : <https://idpo.org.ua/reports/3511-opisovij-zvit-za-traven-2020-roku-odeska-oblast.html> (дата звернення: 28.06.2020)

9. Описовий звіт за травень 2020 року – Дніпропетровська область. Інститут демократії імені Пилипа Орлика : веб-сайт. URL : <https://idpo.org.ua/reports/3511-opisovij-zvit-za-traven-2020-roku-odeska-oblast.html> (дата звернення: 28.06.2020)

10. Описовий звіт за травень 2020 року – Одеська область. Інститут демократії імені Пилипа Орлика : веб-сайт. URL : <https://idpo.org.ua/reports/3511-opisovij-zvit-za-traven-2020-roku-odeska-oblast.html> (дата звернення: 28.06.2020)

11. Описовий звіт за травень 2020 року – Сумська область. Інститут демократії імені Пилипа Орлика : веб-сайт. URL : <https://idpo.org.ua/reports/3511-opisovij-zvit-za-traven-2020-roku-odeska-oblast.html> (дата звернення: 28.06.2020)

12. Описовий звіт за червень 2020 року – Житомирська область. Інститут демократії імені Пилипа Орлика : веб-сайт. URL : <https://idpo.org.ua/reports/3521-opisovij-zvit-za-cherven-2020-roku-zhitomirska-oblast.html> (дата звернення: 01.07.2020)

13. Паславський І. І. Місцева офіційна преса: обтяжливе минуле і невиразне майбутнє / І. І. Паславський // Вісник Львівського університету: серія журналістика. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2007. Вип. 30. С. 242-252; С. 224.