

Гандзюк Віталій

доцент, завідувач кафедри
журналістики,
реклами та зв'язків з
громадськістю
Вінницького державного
педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського

ФУНКЦІЇ, ЗАВДАННЯ ТА ШЛЯХИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА

Регіональні медіа об'єднують громадян, повідомляючи їм про важливі місцеві новини, а громадяни долучаються до вирішення місцевих проблем. Чим активніші ЗМІ, тим активніші громадяни. Роль регіональних медіа – поєднати різних людей у різних обставинах у єдину громаду, яка має діяти на демократичних засадах заради кращого життя.

Насамперед, варто наголосити, що сьогодення наділило ЗМІ унікальною можливістю впливати на розум та почуття людей, мислення, поведінку, систему цінностей тощо. Завдяки використанню стереотипів, символічних кодів вони є ефективним засобом формування нової, зі своєрідними героями, пріоритетами, проблемами соціальної дійсності, яка є абстрагованою від реального стану речей [3, С. 45].

Функціональні особливості медіа залежать від цілей діяльності, а також їхнього місця у загальній структурі владного поля. Так чи інакше, головною функцією засобів опосередкування, безвідносно до їх організаційних і статусних характеристик, є комунікативна функція, яка полягає у зборі, створенні, опрацюванні і трансляції інформації від громадян до носіїв влади, з одного боку, а з іншого – забезпечує

зворотний зв'язок, інформаційну відкритість влади, актуалізацію потреб громади і формування громадської думки [4, С. 110].

Д. Котляр виділяє таке функціональне поле регіональних ЗМІ: достовірне, повне, своєчасне висвітлення місцевих подій; надання інформації стосовно актуальних важливих місцевих проблем; здатність орієнтуватися в подіях культурного спрямування; уміння презентувати думки ключових осіб регіону; надання допомоги в соціально-побутових потребах; сприяння створенню можливих варіантів, пов'язаних з обміном інформацією між жителями регіону [5, С. 108].

Проте І. Луцюк звертається до польської дослідниці Й. Кемпи-Ментрак, яка виділяє інші функції місцевих ЗМІ: пізнавальну (забезпечення знання навколишньої дійсності); функцію переконання (роз'яснення відповідних суспільних зв'язків та стосунків); контролю (за соціальними, політичними, економічними структурами); мотивації (стимулювання людей до різних форм діяльності); інтеграції (інтеграція людей в суспільство, гуртування їх навколо важливих питань); соціалізації (навчати на позитивних цінностях і зразках поведінки); розважальну [6, С. 155].

На відміну від попередніх двох дослідників, О. Пригорницька виділяє інші функції, які притаманні саме регіональним ЗМІ: інформування населення про події в регіоні; критика та якісне незаангажоване висвітлення дій місцевої влади; анонси й висвітлення місцевих культурних і спортивних подій; розміщення оголошень; надання корисної інформації, експертних порад (від юристів, лікарів тощо); інформування населення про якість товарів і послуг у конкретних інституціях і закладах міста; виявлення конкретних проблем у місті / в регіоні, висвітлення процесу розв'язання цих проблем; зворотний зв'язок з населенням, можливість для населення впливати на події в місті / регіоні на розв'язання нагальних проблем; історично-краєзнавча діяльність; пізнавально-розважальна діяльність,

спрямована на дітей і молодь [7, с. 590].

Регіональні ЗМК допомагають більшою мірою враховувати культурні надбання мешканців різних регіонів; дають змогу формувати відчуття й уявлення спільності з жителями свого міста чи регіону. Справжню гордість за своє місто викликають у людей публікації місцевих засобів масової інформації, які порівняно із загальнонаціональними відкривають набагато більше можливостей для встановлення комунікацій між місцевими жителями, для формування зворотного зв'язку.

Серед першочергових завдань регіональних ЗМІ сьогодні є: формування образу Малої Вітчизни та інтеграція місцевої громади у загальнонаціональну структуру; збереження культурної, історичної самобутності регіону; протистояння культурному імперіалізму та глобалізації; утвердження єдиних для усієї держави та нації цінностей; охорона демократії, зближення громади і влади (дати людям відчуття впливу на тих, кого вони обрали); відстоювання перед владою потреб аудиторії [6, С. 156].

Серед негативних тенденцій відзначаємо орієнтацію регіональних ЗМІ на новинний контент загальнонаціонального масштабу, дублювання регіональними ЗМІ та їхніми інтернет-виданнями інформації національних медіа, низьку якість контенту, інертність співробітників місцевих ЗМІ; недовіру населення до регіональних видань; ігнорування місцевої проблематики і суспільно-політичної ситуації в країні [8, С. 55].

Регіональні медіа завжди мають бути на боці місцевої громади, презентувати її проблеми і потреби перед владою. На сторінках видань якнайкраще видно, наскільки активна тамтешня громада. ЗМІ мають виховувати в мешканцях потребу самоорганізації, ініціативи та громадської активності, дати їм можливості повірити у свої сили. Натомість регіональні видання часто можуть нехтувати справжніми

потреби місцевих мешканців, працюючи лише в інтересах окремих олігархів-власників чи влади.

Локальні медіа потребують різких змін. Збільшити аудиторію, а загалом і прибутковість регіональних ЗМІ можна, розширивши їхні комунікаційні платформи. Таку змогу дає, зокрема, розвиток Інтернет-технологій. У місцевих газет, радіо чи телеканалів з'являються інтернет-сайти. У такий спосіб ЗМІ розширюють свою аудиторію. Щоправда, зміст таких сайтів часто повторює усе, що надруковано чи вже вийшло в ефір основного ЗМІ [6, С. 156].

Створення мультимедійних сайтів, додатків тощо – вимоги часу, збереження рекламодавців і споживачів інформації. Українські місцеві ЗМІ створюють онлайн-версії, але навіть цього не достатньо для залучення активної аудиторії, яка є рушієм демократичних змін. Для телебачення онлайн-сегмент – спосіб залучення рекламодавців та утримання глядачів, а для друкованих ЗМІ – це взагалі можливість продуктивної діяльності [1, С. 433].

Дослідження О. Гарматій про регіональні медіа показало, що для отримання новин та інформації люди частіше звертаються не до друкованих газет, а до їхніх онлайн версій. При цьому очевидна закономірність: молодші респонденти більшою мірою схиляються до використання веб-сайтів пресових видань. Такі результати свідчать, що хоча друковані видання займають важливе місце в системі засобів масової інформації, проте з розвитком інтернету та стрімким зростанням кількості його користувачів, суспільство рухається у напрямку діджиталізації та онлайн-комунікації.

В межах кожного регіону мас-медіа виступають посередниками між громадянами, з одного боку, та місцевою владою, з іншого, сприяючи тим самим демократичним процесам відкритості та прозорості [2, С. 23].

Варто пам'ятати, що газета має величезний інтерес для читача і

повинна не порушувати журналістських стандартів, щоб не втратити довіри аудиторії. Для зацікавлення читача з боку редакцій регіональних видань потрібно змінити підхід до підготовки публікацій.

Рівень інформації, збалансування коментарів, фактів, раціонально вибрана тематика та достовірність можуть підняти рівень газети і районного, і обласного значення. Аудиторія швидко звикає до низькопробного інформаційного продукту, тому треба сприяти якісному наповненню кожного номера видання. Новий підхід та «свіжий погляд» до методів роботи з друкованими медіа усуне численні недоліки регіональної преси та підніме їх на новий рівень розвитку.

Загалом, для того, щоб подолати проблеми регіональних ЗМІ варто: збільшити аудиторію, а загалом і прибутковість регіональних видань, шляхом розширення комунікаційних платформ; вводити реформи для державних періодичних видань; змінити підхід місцевих журналістів до підготовки публікацій. Це необхідно зробити найближчим часом, адже надзвичайно важливо зберігати, розвивати регіональні ЗМІ.

Отже, основними проблемами регіональних ЗМІ є: нестача кваліфікованих кадрів, брак коштів в умовах воєнного стану, дублювання новин загальнонаціонального масштабу, низька якість контенту, невідоме походження матеріалів тощо. Розуміння та обізнаність громадян з проблемами на місцях збільшує значення мас-медіа як платформи для громадського діалогу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Безбородько Ю. О. Місцеві ЗМІ у контексті демократизації простору країни. Збірник Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Університет митної справи та фінансів м. Дніпро. 2020. С. 431-433.

2. Гарматій О. В. Регіональна преса: думки читацької аудиторії.

Збірник тез доповідей Міжнародної інтернет-конференції «Регіональна журналістика, реалії, виклики перспективи». 2021. С. 23-24.

3. Зубарець А. В. Локальні медіа як засоби творення медіареальності: особливості впливу на світогляд аудиторії. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2016. № 2. С. 44-48.

4. Ковалевський В. Сучасний стан і тенденції розвитку медіа-сфери України. Політичний менеджмент. 2009. № 5. С. 109-119.

5. Котляр Д. О. Типологічні особливості сучасної преси та проблеми розвитку регіональних ЗМІ. Гуманітарний вісник ЧДТУ. Серія: Історичні науки. 2020. № 216. С. 108.

6. Луцюк І. Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми. Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. 2014. № 239. С. 154-156.

7. Пригорницька О. Регіональні ЗМІ як інструмент для маніпуляції громадською думкою. Наукові праці НБУВ. 2015. № 4. С. 589-591.

8. Русиняк А. І. Регіональні ЗМІ у процесі демократичних перетворень в Україні: специфіка та проблемний вимір. Науковий журнал Прикарпатського національного університету «Політикус». 2020. № 26. С. 55.