

Гандзюк В. Сучасний стан і перспективи розвитку місцевої преси (на прикладі «Вінницької газети»). Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference «From Ideas to Solutions: Innovations in Science and Technology» (February 17-19, 2025. London, United Kingdom). European Open Science Space, 2025. PP. 48-51.

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОЇ ПРЕСИ (НА ПРИКЛАДІ «ВІННИЦЬКОЇ ГАЗЕТИ»)

Гандзюк Віталій

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського, Україна

Анотація. У статті проаналізовано сучасний стан місцевої преси на прикладі «Вінницької газети». Визначено основні виклики, зумовлені цифровою трансформацією медіа, зміною інформаційних потреб аудиторії та економічними чинниками. Окреслено перспективи розвитку регіональних друкованих видань, зокрема через цифровізацію, мультимедійність, посилення взаємодії з аудиторією та збереження суспільно значущої ролі локальної журналістики.

Ключові слова: місцева преса, регіональні медіа, «Вінницька газета», друковані ЗМІ, цифрова трансформація, локальна журналістика, медіаринок.

Незважаючи на стрімке поширення інформаційно-комунікаційних технологій, друковані часописи й досі необхідні суспільству. Адже «значна частина українців мешкає в сільській місцевості, куди новітні технології доходять повільно. Більшість жителів невеликих населених пунктів – люди середнього і старшого віку, які не користуються цими технологіями, навіть якщо мають можливість. Головним джерелом місцевої інформації для таких осіб є локальні друковані видання» [9,10].

Особливою рисою, яка виділяє пресу серед інших засобів масової інформації, є її комплексний характер – вона репрезентує багато форм інформації. Крім того, преса характеризується оперативністю її подання про події та безпосередністю відображення, що підвищує їхню джерельну цінність [14].

На жаль, останнім часом ми не бачимо на полицях кіосків багато друкованих видань, через воєнний стан в Україні, брак коштів на утримання редакції та поліграфічні послуги, стрімкий розвиток інформаційних технологій більшість авторитетних газет продовжили своє функціонування у якості інтернет-ресурсів, або перебралися в соціальні мережі [9,4].

Серед інших несприятливих процесів, що заважають функціонуванню

друкованої періодики загалом: фінансова неспроможність купувати, або передплачувати газети та журнали; відсутність зацікавлених інвестиційних сторін, завдяки яким можливим було б зниження вартості преси та підвищення видавничої спроможності.

Водночас, важливе значення місцевої преси полягає в тому, що інформація, розміщена у такій періодиці, є частиною буденного життя. Людям завжди потрібні цікаві новини про своє оточення. Тому для пересічних мешканців важливі ЗМІ, які висвітлюють історії, що стосуються громад й окремих особистостей, пояснюють та інформують про близькі для них теми. Через такі медіа люди можуть брати участь у житті своїх громад та формулювати власні інтереси [6, с. 22]. Більше того, дослідники стверджують, що регіональним ЗМІ, які є об'єктивнішими у висвітленні якісних змін на місцях, громадяни більше довіряють [12, с. 62, 3].

Саме через такі медіа суспільство може брати участь у житті своїх громад

та формулювати власне коло інтересів, а завдяки діяльності місцевої періодики територіальна громада може дізнаватися про досвід людей, які проживають поруч та порівняти його із власним. Безсумнівно, набагато зручніше увімкнути телевізор і подивитися новини або ж підключити Інтернет на своєму гаджеті і дивитися все онлайн, але і це не завжди зручно і доречно [8,5].

Складний період переживає наразі часопис «Вінницька газета», яка виходить із 1992 року як комунальний засіб масової інформації (редакторка Наталія Космина). Часопис і досі тримається на плаву тільки завдяки підтримці міської ради, яка постійно публікує офіційні повідомлення, річні і квартальні звіти та важливі рішення. Зараз у редакції налічується усього 3 особи. Газета починалася з колективу, де було 52 працівники.

Чимало чинників вплинули на діяльність газети. По-перше, це COVID. Тоді значна читацька аудиторія видання природним чином зменшилася. По-друге, війна. Тенденції розвитку загального медіаринку в зазначені періоди зумовили такі фактори: диджиталізація, руйнування логістики, періодичних видань, відтік рекламодавців із традиційних медіа, підвищення цін на сировину, відсутність культури споживання передплатної інформації, оскільки є безкоштовна альтернатива. Ці фактори визначально вплинули на сектор розвитку ринку друкованих медіа [1]. Коло інтересів читачів не лише звузилося, а й перейшло повністю в безпечний та зручний онлайн формат інтернет-видань, від чого всесвітня мережа лише набрала обертів та вже не збирається зупинятися.

На сьогодні немає традиційних медіа – радіо, газети, журнали, телеканали, котрі не запозичили б корисний досвід переходу в інтернет-мережу. Відповідно усі вітчизняні медіа мають власні сайти, персональні сторінки у всіх соцмережах, активно спілкуються з підписниками, враховують їхні думки та навіть користуються їхнім контентом.

Усе це дає поштовх науковцям до вивчення нових можливостей використання всесвітньої мережі як платформи для засобів масової комунікації. Згідно з результатами досліджень Інституту Ройтерз із вивчення журналістики при Оксфордському університеті, ті люди, які виросли з інтернетом, мають особливі звички споживання інформації – вони знаходять більше новин у соціальних мережах, є менш лояльними до традиційних ЗМІ (газет, телебачення), а також їм легше призвичаїтися платити за контент [11]. Якщо врахувати, що кількість таких користувачів зростає з кожним роком, то цілком справедливим можна вважати твердження, що інтернет став найважливішим ЗМІ [13].

Доводиться визнати, що газети зараз не мають значного попиту серед читачів та постійних передплатників. Це природний процес, адже приходить розуміння того, що сьогодні і технологічні, і комунікаційні можливості зовсім інші. І навіть люди старшого віку, не шукають газету, щоб дізнатися якісь новини, вона просто заходить її в інтернеті, тому що там є все.

Отже, видання «Вінницька газета», як і чимало інших видань,

зіштовхується з безліччю перешкод у своїй діяльності. Війна та пандемія внесли свої корективи у життя українського та світового суспільства.

Актуальність та оперативність – ось чого потребує сучасна громадськість. І в цих прагненнях, як ніщо інше, приходить на допомогу онлайн-простір. У теперішніх реаліях газетам дуже важко функціонувати, проте цілком можливо за умови активного та вдалого залучення новітніх інструментів розповсюдження інформації.

Успішне функціонування газетних редакцій сьогодні – це виклик номер один для усього видавничого бізнесу [8]. І хоча на порядку денному стоїть питання про зникнення газет взагалі, українська громадськість, володіючи цифровими інструментами, не надто активно демонструє чітке та грамотне його залучення в повсякденне життя.

Список використаних джерел

1. Hotsur O. (2022). Особливості функціонування медіаринку України в умовах війни (лютий-вересень року). *Communications and Communicative Technologies*. Р. 47-53. URL: <https://doi.org/10.15421/292205>. (дата звернення : 14.02.2025 р.).
2. Гандзюк В. О. (2014). Корпоративна періодика як новий сегмент на сучасному українському медіаринку. Всеукр. наук.-практ. конф. «Журналістика. Філологія. Медіаосвіта»: зб. наук. пр. Полтава. 288 с.
3. Гандзюк В. О. (2024). Функції, завдання та шляхи розв'язання проблем регіональних медіа. Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи : зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції за ред. С. В. Семенко. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка. № 10. с. 34-39
4. Гандзюк В.О. (2006). Преса як джерело вивчення історії Могилів-Подільського в 1919 році. Друга Могилів-Подільська краєзнавча конференція. Могилів-Подільський, Кам'янець-Подільський: Оіюм. С. 158–164.
5. Гандзюк В.О. (2014). Тенденції розвитку районної преси Вінниччини в умовах сучасного мас-медійного середовища. Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. С. 349-357.
6. Гарматій О. (2021). Регіональна преса: думки читацької аудиторії. Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи : збірник тез доповідей Міжнародної наукової інтернет-конференції. С. 22.
7. Досенко, А. К., & Гандзюк, В. О. (2020). Сучасний медійний дискурс: підходи до типологізації. Вчені записки ТНУ імені ВІ Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації, 200-204.
8. Коневщинська О. (2016). Розвиток медіаосвіти і медіакультури як необхідних складових сучасного інформаційного суспільства. Київ: Інститут інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України. 8 с.
9. Маринич Р. Сучасний стан і перспективи розвитку регіональної преси в Україні. URL: <http://surl.li/exlxu> (дата звернення : 14.02.2025 р.).
10. Одобецька І. (2023). Особливості мови реклами як елемента

маркетингової комунікації. Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції. за ред. С. В. Семенко. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка. № 9. С. 91-97.

11. Орлова Д. (2012). Онлайн новини витісняють традиційні, але простору для змагання ще багато. URL: <https://ua.ejoonline.eu/561/tsyfrovimedia/онлайн-новинивитісняють-традиційні>. (дата звернення : 14.02.2025 р.).
12. Решетука Т., Борсук Н. (2020). Реформа місцевого самоврядування й децентралізація влади в регіональному медіадискурсі. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. № 2. С. 62-69.
13. Терханова О. Редактор у традиційних та онлайн-медіа. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/229300443.pdf>. (дата звернення : 04.11.2023)
14. Чорна І. Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі жмеринської преси. С. 109-115. URL: <http://surl.li/exrer> (дата звернення 14.02.2025 р.).
15. Що таке газета та її види. Миколаївська обласна друкарня. URL: <https://nikoblitip.com.ua/ua/a433042-scho-take-gazeta.html>. (дата звернення : 04.11.2023 р.).