

УДК 007:304:659.3

*Матвієнків С. М., ДВНЗ «Прикарпатський університет
імені Василя Стефаника»*

РЕГІОНАЛЬНІ ЗМІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

У даній статті розглядаються регіональні ЗМІ як важливий інститут громадянського суспільства. Зокрема аналізуються функції, завдання та стан сучасних місцевих медіа, їх вплив на населення та на формування локальної ідентичності.

Ключові слова: регіон, регіональні ЗМІ, громадянське суспільство, локальна ідентичність, Інтернет-комунікація.

Регіональні ЗМІ – надзвичайно важливий інститут громадянського суспільства. Вони є елементом культури громадянського суспільства і відповідають за формування колективного мислення на місцях. Із завдань, які сьогодні є для них першочерговими – збереження історичної свідомості населення краю та вироблення образу Малої Вітчизни, який зберігатиме етнічні особливості регіону та продовжуватиме загальнонаціональні ідеї [3, с.152].

Метою статті є аналіз особливостей становлення та функціонування регіональних ЗМІ в незалежній Україні, окреслення їх основних функцій, визначення умов якісної роботи регіональних ЗМІ, з'ясування проблем, з якими вони стикаються сьогодні, та висловлення пропозицій щодо шляхів їх вирішення.

Особлива роль місцевих ЗМІ в житті населення полягає в тому, що вони є потужним інструментом формування й підтримання локальної ідентичності. За результатами опитувань мешканців регіонів України, Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) робить висновки, що регіональні ЗМІ формують уявлення й відчуття спільності з мешканцями свого регіону або свого міста; дають змогу більшою мірою враховувати культурні особливості жителів різних регіонів; місцеві ЗМІ порівняно із загальнонаціональними дають більше можливостей для встановлення зворотного зв'язку, формування комунікаційного поля між мешканцями місцевості (дзвінки у студію, привітання друзям/знайомим тощо); наявність якісних і професійних місцевих ЗМІ допомагає людям відчувати гордість за своє місто. Місцеві ЗМІ сприймаються як джерело новин регіону, спосіб проведення дозвілля, можливість орієнтуватися у своєму місті.

Громадянське суспільство є середовищем реалізації творчих ініціатив громадян у вирішенні соціальних, економічних, культурних проблем. Роль інструменту у цьому процесі, за допомогою якого здійснюється взаємодія між соціально активними громадянами і суспільством, відіграють засоби масової інформації, зокрема регіональні ЗМІ. Значення засобів масової інформації для суспільства і функціонування держави важко переоцінити. Основне завдання ЗМІ полягає в інформуванні людей щодо різних питань життєдіяльності держави й суспільства, що зумовлено потребою забезпечення сталості влади. Важливою є роль ЗМІ як посередника в діалозі між різними соціально-політичними силами, між владою і суспільством. Дослідження ролі ЗМІ в житті суспільства, особливості їх функціонування не є новими для вітчизняної науки. В останні роки з'явилося чимало праць українських дослідників, присвячених аналізу різних аспектів функціонування регіональних ЗМІ. Роль засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності, питання впливу ЗМІ на процес демократичного розвитку суспільства і становлення інститутів громадянського суспільства з'ясовували у своїх роботах Березенко В. В., Дзюба М. Т., Горлач М. І., Костирев А. Г., Прилуцький І. О. [2, с.125].

Польська дослідниця Йоланта Кемпа-Ментрак виділяє такі функції місцевих ЗМІ: пізнавальна (забезпечення знання навколишньої дійсності); функція 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); розваги [9, с.9-10].

Функціональним полем регіональних ЗМІ є: своєчасне, повне висвітлення місцевих подій; висвітлення важливих місцевих проблем; представлення думок ключових осіб регіону; створення

можливості для обміну інформацією між мешканцями регіону; орієнтація в культурних подіях; практична допомога в соціально-побутових потребах. Однією з важливих умов для якісної роботи регіональних ЗМІ, на думку дослідників, є розвиток місцевого самоврядування. Забезпечення споживачів якісною, об'єктивною та суспільно значущою інформацією залежить від правових, політичних та економічних умов функціонування регіональних ЗМІ. Регіональні ЗМІ ближче до повсякденних проблем та потреб мешканців регіону. На противагу національним, регіональні ЗМІ мають можливість висвітлювати місцеву інформацію детальніше, мають великий вплив на формування відчуття місцевої ідентичності, належності до міста/регіону, аудиторія легше отримує підтвердження інформації, про яку дізнається з локальних ЗМІ, можливість установа щільного та швидкого зворотного зв'язку з аудиторією. Формування і збереження історичної свідомості також одне із завдань регіональних ЗМІ. Саме вони б мали створювати медіа-продукцію (фільми, музику, програми) на місцях. Це завдання, з одного боку, – спрощує, з іншого – ускладнює активний розвиток Інтернет комунікації. Інформація, що ще кілька років тому була доступна лише в локальному чи сублокальному середовищі, сьогодні легко за кілька хвилин може вийти в загальноукраїнський комунікаційний простір. Інтернет поступово змінює усі попередні розуміння функцій місцевих ЗМІ. Поняття «місцевий» поступово втрачає значення «обмежений». Традиційні ролі відправника і одержувача інформації змінилися [8, с.23]. З іншого боку, розвиток Інтернету сприяє уніфікації інформаційного ринку. Тексти втрачають свою мовну, культурну, історичну особливість. Збереження їх – робота для регіональних ЗМІ, що своїми текстами мають протистояти глобалізації суспільства, його космополітичним настроям.

На противагу глобалізму, який сприяє уніфікації, одноманітності світових соціальних структур, економіки та культури, регіоналізм також передбачає збереження соціокультурної специфіки регіонів і їхнього місця в світовому поділі праці [7, с. 5, 6]. З іншого боку, регіони можуть як дбати про збереження своєї соціально- культурної специфіки, так і наполягати на підвищенні власного соціального статусу в державі [7, с. 4]. Відповідно нерівність регіонів з часом може призвести до внутрішньодержавних конфліктів. Такі прояви регіоналізму характерні для українського суспільства. Не допустити розпорошення національної ідентичності мали б, зокрема, і місцеві ЗМІ. Продукуючи свої повідомлення, вони повинні наповнювати їх інформацією, яка б об'єднувала аудиторію навколо спільних цінностей. Розвиток локальної культури залежить не тільки від місцевих ЗМІ, а й від влади, громадських об'єднань та окремих громадян.

Місцеві медіа мають охороняти демократію на найнижчому рівні. Чим далі від великих міських осередків, тим більше значення для місцевої громади мають повідомлення у ЗМІ регіону. Журналісти на місцях мають відстоювати свободу слова і переваги демократичного суспільства, де громада обирає владу, а та, відповідно, підзвітна їй. Саме за допомогою регіональних медій органи місцевої влади можуть стати не просто адміністративною інституцією, а органом, що працює на благо громади [8, с.196]. Основним союзником місцевих ЗМІ є неурядові, суспільні і культурологічні організації. Адже у них спільна справа – побудова громадянського суспільства в межах Малої Вітчизни. Регіональні медіа завжди мають бути на боці місцевої громади, презентувати її проблеми і потреби перед владою. На сторінках видань чи в ефірах теле- і радіокомпаній якнайкраще видно, наскільки активною є громада. ЗМІ мають виховувати в мешканцях потребу самоорганізації, ініціативи та громадської активності, дати їм можливість повірити у свої сили [8, с. 197].

Варто зазначити, що регіональні ЗМІ все ж користуються серед населення великим попитом, адже завдяки локальним мас-медіа аудиторія отримує опосередкований досвід, який дозволяє їй виходити за межі вузького місцевого життєвого світу, залучатися через когнітивні процеси до глобального, фактично залишаючись у координатах локального. Як засоби трансляції інформації про події за межами місцевого, мас-медіа сприяють виокремленню специфічних рис та самоусвідомлення регіонального соціуму, захищаючи локальну ідентичність аудиторії, прагнуть визначати стратегії сприйняття та ставлення до зовнішнього, «чужинного», «інакшого». Регіональні ЗМІ характеризуються, з одного боку, стійким локальним зв'язком з аудиторією, що дозволяє їм рідше інших видань вдаватися до використання спеціальних стратегій і тактик у боротьбі за увагу читача. З іншого боку, регіональні ЗМІ, тексти яких несуть в собі сліди практик

попередньої дискурсивної системи, змушені вбудовуватися в сучасний медіадискурс, реалізуючи його базові дискурсивні стратегії. Натомість регіональні видання часто можуть нехтувати справжніми потреби місцевих мешканців, працюючи лише в інтересах окремих олігархів-власників чи влади. Журналістикознавець Ю. Є. Фінклер пише про дві моделі видавничої поведінки щодо регіональної преси України:

1. Якщо засновником видання є орган державного правління: «тут і в тематичному, і в творчому перетині кожен випуск формується з обов'язковим урахуванням соціального і політичного замовлення владної структури».

2. Якщо замовником видання є недержавні особи, тоді значна частка інформації у ЗМІ «належить саме соціальному замовленню аудиторії» [6]. Обидві моделі вказують на економічні чинники функціонування регіональних ЗМІ: вони часто не можуть самостійно забезпечувати усі свої фінансові потреби. Орієнтація передовсім на комерційний успіх сприяє утвердженню тенденції, коли ЗМІ, нехтуючи своїми основними функціями, створюють інформаційні повідомлення, які б першочергово розважали чи шокували. В Україні місцева преса зазвичай не приносить великих прибутків. Тоді як світовий досвід показує, що за кількістю проданого регіональні видання можуть конкурувати із загальнонаціональними.

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.

До проблем регіональної преси І.І. Паславський додає інертність її кадрів: «небажання до радикальних і сміливих впроваджень, до ризикованих експериментів і глибоких перетворень» [5, с.224]. На думку опитуваних, регіональним ЗМІ не вистачає привабливості, професійності, динамізму, оновлюваності, актуальності та оперативності, інтерактивності, включеності в місцевий культурний простір та власного стилю [4, с.167]. Отже, проблеми регіональних ЗМІ залишаються досить актуальними. У своїй заяві представники Національної спілки журналістів України наголошують на тому, що обласні, районні державні адміністрації і ради в багатьох випадках не виконують покладені на них обов'язки щодо розбудови інформаційного простору, не розраховуються вчасно з редакціями за опубліковані регуляторні акти та інші матеріали про діяльність органів державної влади й місцевого самоврядування, здійснюючи таким чином прихований економічний тиск на видання. Також виникає проблема з передплатою та доставкою друкованих періодичних видань.

Німецькі медіадослідники виокремлюють ще такі недоліки місцевих видань: відносно молодий середній рівень працівників, а, отже, і менший досвід; вузький спектр тем (менше подій, тому відносно прості теми беруть верх над 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; в ефірному просторі переважає певна організаційна еліта; скорочення редакційного персоналу, велика кількість позаштатних працівників; більшість інформації – це повідомлення, а не власні, ексклюзивні теми [1, с. 312-313].

Увага дослідників до регіональних ЗМІ за останні роки знизилась, хоча місцеві медіа постійно розвиваються. Для місцевої журналістики характерна близькість до споживача та перевага орієнтаційної та інтеграційної функцій. Для розвитку регіональних видань потрібні як достатні фінансові можливості, так і високий освітній та інтелектуальний потенціал працівників. Громадянське суспільство без вільної і незалежної місцевої преси не може існувати. Важливим завданням регіональних ЗМІ в Україні – не дати громаді відокремитися від спільного, твореного десятиліттями організму української держави, або ж пояснити відмінності між тим, що пропагують на загальнодержавному і місцевому рівнях. У цей час об'єднувальна функція місцевих видань є надто важливою для нашої країни.

Отже, регіональні ЗМІ серед населення користуються довірою і без них неможливо вирішення найрізноманітніших проблем, вони стали органічною частиною сучасного українського суспільства. ЗМІ є найвпливовішим суб'єктом політики, оскільки формують громадську думку і організують суспільну поведінку. Першочерговими завданнями

регіональних ЗМІ 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. Дана проблема завдяки своїй актуальності потребує подальшого вивчення, а саме в аспекті того, що розвиваючись, регіональні ЗМІ не можуть загубити чи знехтувати особливості локальної культури. Врахувавши нетипове, місцеві медіа мають знайти «точки дотику» регіону з іншими частинами країни, щоб створити спільний національний дискурс.

Бібліографічний список:

1. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: довідник / З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен ; перекл. з нім. П. Демешко, К. Макєєв. – К.: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529с.
2. Квіт С. М. Масові комунікації / Квіт. С. М. –К.: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2008. – 206 с.
3. Луцюк І. Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми / І. Луцюк // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2014. Випуск 39. - С. 152–157
4. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник / Михайлин І. Л.–К.: Центр учбової літератури, 2011. —496 с.
5. Паславський І. І. Місцева офіційна преса: обтяжливе минуле і невиразне майбутнє / І. І. Паславський // Вісник Львівського університету: серія журналістика. – Л.: ЛНУ ім. Івана Франка, 2007. – Вип. 30. – С. 242 – 252.
6. Фінклер Ю. Є. Регіональна преса України в контексті соціального замовлення аудиторії / Ю. Є. Фінклер // Електронна бібліотека Інституту журналістики КНУ ім. Т. Г. Шевченка. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1516>.
7. Фурса О. О. Глобалізм та регіоналізм в сучасному соціальному просторі / О.О. Фурса // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2008. – Вип. 34. – С. 229–237.
8. Dziurzyński K. Prasa lokalna jako element kultury społeczeństwa obywatelskiego po 1989 roku w Polsce / K. Dziurzyński, A. Sawicki // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. – 2010. – Вип. 3. – С. 191–199. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mnf_2010_3_19.pdf 10.
9. Kępa-Mętrak J. Rola mediów w społeczności lokalnej / J. Kępa-Mętrak // Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych: Urząd Marszałkowski. – Kielce, 2009.

Matvienkiv S.M. Regional media as a tool for the formation of the local identity

This article is devoted to analysis of regional media as an important institution of civil society. In particular, the functions, tasks and status of modern local media, their impact on the population and the formation of local identity are analysed.

Key words: *region, regional media, civil society, local identity, Internet communication.*