

## ОСОБЛИВОСТІ МІСЦЕВОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ТИЖНЕВІКА

*Проаналізовано ключові характеристики організації матеріалів у місцевих інформаційних газетах, а також тематичні, типологічні та творчі журналістські особливості. Ознакою всіх сучасних інформаційних засобів масової інформації є певна агресивність у поданні інформації. Деякі медіа підсилюють емоційне враження від подій, особливо зі знаком “мінус”. Значна частина новин і так мають негативне забарвлення: події кримінального світу, політичні конфлікти, економічні кризи тощо. Не можна сказати, що це суто редакційна політика, це скоріше відображення інформаційної картини тижня в регіоні загалом. Що ж то тих аспектів, що залежать саме від позиції редакції, то тут, насамперед, можна говорити про подання новин із знаком “плюс” або про прагнення до неупередженості, ніж до “розпалювання пристрастей”. Усі найменші інформаційні приводи активно використовують для служіння цій меті. Така позиція притаманна практично всім місцевим ЗМІ.*

**Ключові слова:** аудиторія, журналістика, мас-медіа, проблема, регіон, тема.

### I. Вступ

Місцева преса виступає фокусом висвітлення найбільш болючих та цікавих проблем, які є актуальними для місцевої аудиторії. Серед декількох видів місцевих друкованих мас-медіа (щоденна газета, газета, що виходить декілька разів на тиждень, та тижневик) саме тижневик є таким видом преси, який містить у собі найбільш привабливі для аудиторії матеріали. Тижневик не гониться за оперативністю, не залежить від ефекту новизни, не потребує “смажених чи “гарячих”, а тому нерідко неперевірених матеріалів. Тижневик, а особливо місцевого типологічного спрямування, містить багато аналітики, інформаційних подач, які додають уявлення про події, що вже відбулись, повідомлення рекламного та розважального характеру тощо. Відмінністю місцевих тижневиків є те, що вони часто подають ексклюзивну як для цієї місцевості, так і для видань, що тут виходять, інформацію.

Вивчення місцевого інформаційного тижневика у вітчизняній науці про соціальні комунікації представлене невеликою кількістю праць. Це суттєва “біла пляма” цієї науки, тому що паралельно з дослідженнями глобального контексту друкованих мас-медіа актуалізується потреба розширення знань про локальне медіасередовище.

Друковані мас-медіа конкретної місцевості виступають не просто як об’єкт у науці про соціальні комунікації, а як своєрідні медійні моделі, які – із розвитком новітніх інформаційних технологій – постійно розширюються завдяки розвитку мережі мас-медіа. Така тенденція властива не лише великим містам України, а й місцевостям із невеликою чисельністю населення.

### II. Постановка завдання

Метою статті є вивчення ключових творчих та організаційних аспектів інформаційного тижневика на прикладі конкретного видання.

Постановка мети дослідження зумовлює необхідність виконання таких завдань:

- розглянути особливості місцевої друкованої журналістики;
- проаналізувати проблемно-тематичне наповнення публікацій;
- вивчити особливості фактичного матеріалу, що подається в газеті;
- вмотивувати перспективи функціонування місцевих інформаційних тижневиків в Україні.

Об’єкт статті – місцевий інформаційний тижневик.

Предмет статті – творчі та організаційні особливості місцевого інформаційного тижневика.

Джерельна база дослідження – інформаційний тижневик “7 днів”, що виходить на території Броварського, Бориспільського, Фастівського та Білоцерківського районів Київщини.

### III. Результати

“Газета 7 днів”, за перспективним задумом, це “інформаційний тижневик Київщини”, фактично на цей момент об’єктом висвітлення є події, що відбуваються в межах чотирьох районів: Броварського, Бориспільського, Фастівського та Білоцерківського. (При цьому зазначимо, що певні елементи, які вказують на те, що це газета всієї Київщини, все ж присутні – про це йтиметься далі). Якщо раніше “Газета 7 днів” виходила в однаковому вигляді для всіх районів (місць, точок) розповсюдження, то з жовтня 2007 р. – у двох варіантах: один – для Броварів, другий – для Борисполя, Фастова і Білої Церкви. Цей стратегічний хід не потягнув за собою серйозних змін контенту видання, тому має скоріше рекламний характер.

Стисло опишемо структуру газети: 16 сторінок, майже половину з яких займає реклама; 1, 2, 3, 4, 5, 6, 11-та шпальти мають інформаційний характер, 7–10 – телепрограма, решта – реклама. Останні сторінки –

15 та 16 – не завжди заповнені рекламою, інколи тут розміщують розважальні матеріали: сканворди, головоломки, тести, статті про світ шоу-бізнесу та світське життя, а також матеріали різноманітних конкурсів (наприклад “Пані 7 днів” чи конкурс кращих фото рідного міста, села).

До поділу газети на Бровари і Бориспіль на другій сторінці розташовувалися матеріали, які інформували читачів про події в Україні, світі та області (рідше). Після поділу каркас газети залишився спільним для двох варіантів, це 3–14 сторінки. Лише 1–2 та 15–16 сторінки відрізняються, тобто, по суті, газети мають лише різні “обкладинки”. Цим маневром видавці намагаються довести, що “Газета 7 днів” є газетою саме цього міста, видається саме для цього району, висвітлює саме ті події та проблеми, які хвилюють жителів саме цього міста (району). Подібну мету має перша шпальта газети, яка, по суті, є анонсом номера з яскравими ілюстраціями та привабливими заголовками. Крім того, подібний хід дає змогу зацікавити більшу кількість рекламодавців, адже при такому поділі збільшується точність потрапляння реклами до цільової аудиторії. Доходи від реклами також суттєво зростають, оскільки вдвічі збільшується обсяг найдорожчих рекламних площ. Отже, якщо ефективність такого кроку з погляду виконання газетою своїх соціально комунікативних функцій ще треба довести, то економічна (комерційна доцільність) є очевидною. Третя шпальта висвітлює виключно життя Броварів, четверта – Борисполя, п’ята – Білої Церкви, Фастова та Київщини загалом. Для новин області переважно виділяють місце у колонці стабільної рубрики “Київщина. Коротко”.

На початку свого існування “Газета 7 днів” була періодичним виданням Броварів (тобто районною газетою), і лише порівняно недавно заявила про свої претензії на весь Київський регіон, насамперед на Бориспіль, Білу Церкву і Фастів. У планах передбачено також вихід окремого випуску для Фастова й Білої Церкви, але такий крок можливий лише за умови створення в цих містах потужної кореспондентської бази. І Броварський, і Бориспільський райони досить схожі за основними характеристиками. Вони належать до пристойного регіону, Бровари та Бориспіль – це міста-супутники Києва з великим потенціалом, спільними є й проблеми цих регіонів: земельне рейдерство, боротьба за владу в окремих містечках та селах; позитивні моменти – великі інвестиції (де переважає частка іноземного капіталу), посилена увага з боку органів державної влади найвищого рівня (через близькість до столиці).

Редакційна політика спільна для номерів усіх районів, вона є тим фактором, що об’єднує, цементує ці випуски. Немаловажним є й те, що випуск газети зосереджено в одній точці, тобто, незважаючи на те, що, за

здумом, газети повинні виходити окремо для кожного району, обличчя газети, підходи до подання матеріалів, вибору тем тощо – залишаються тими самими. Основні засади редакційної політики стисло можна схарактеризувати так.

“Газета 7 днів” є інформаційним виданням, тому тут переважають малі жанрові форми, велику увагу приділяють ілюстраціям. Переважно газета не публікує великих за розміром статей, невеликий обсяг і лаконічність матеріалів є частиною редакційної політики. Майже на кожній сторінці є рубрики “Коротко”, в яких інформація про найважливіші події, які не висвітлені в статтях випуску, подається в кількох реченнях. Попри те, що газета задекларована як “інформаційний тижневик”, не можна сказати, що це є суто інформаційне видання, воно має ознаки й інших типів періодичних видань. Зокрема, газета має розважальну сторінку, на якій публікують новини шоу-бізнесу з якісними фотографіями, цікаві факти про природу, світ технологій, анекдоти, тести та різноманітні поради. Крім того, кожен випуск газети містить телепрограму.

Виходячи із цих особливостей видання, можна окреслити цільове та читачке призначення “Газети 7 днів”. Це газета для всієї родини, яка орієнтується на масового читача, основне її завдання – в лаконічній та цікавій формі інформувати про події за тиждень у регіоні та найважливіші події в Україні. Основними засадами редакційної політики є об’єктивність та всебічність висвітлення подій (проблем), а також їхня актуальність та злободенність. Крім того, позиціонуючи себе, насамперед, як регіональне видання, “Газета 7 днів” велику увагу приділяє так званім “лайфовим” матеріалам, які розповідають про життя регіону, окремих чимось видатних його представників, а також темами, які хоча й не є дуже злободенними, але є цікавими для читачів за принципом наближення інтересів, адже ці події відбуваються поруч з ними.

Аналізуючи контент газети, зауважимо, що дуже багато інформації є вторинною, іноді взятою з інших періодичних видань, а домінує інформація з Інтернету. Хоча на першу шпальту та в анонси (“у номері”) переважно виносять лише авторські матеріали, а вторинну інформацію – у рубрики “Коротко” тощо. Така ситуація тією чи іншою мірою притаманна всім регіональним періодичним виданням. Не будемо заглиблюватися в причини такого стану речей, їх чимало, серед них можна, виокремити, насамперед недостатнє фінансування, що не дає змоги відслідковувати і події в регіоні, і події всеукраїнського масштабу. Регіональні видання з великим бюджетом – це скоріше виняток, ніж правило. Іншою причиною є відсутність достатньої кількості власних кореспондентів, які би працювали на відповідному професійному рівні. Тому така ситуація, коли частина матеріалів, що висвітлю-

ють переважно події всеукраїнського та світового масштабу, взята з Інтернету, є, на наш погляд, нормальною, оскільки регіональна газета повинна подавати свіжу інформацію з “перших рук” про події в цьому регіоні, а зі світового медіапростору достатньо брати найцікавішу та найважливішу інформацію, переробляти та скорочувати її і подавати читачам у формі дайджесту. Хоча, безперечно, якщо статті, присвячені проблемам цього регіону, беруться з Інтернету, це негативно впливає на популярність і авторитет газети в читачів. Першим недоліком інтернетівських матеріалів є їхня сухість, надмірна лаконічність, відсутність “живих” деталей, образів, немає “відчуття присутності”, а також (переважно) аналізу, всебічного вивчення та висвітлення проблеми. Така інформація ідеально підходить для рубрик “Коротко”, але для серйозніших, більших за обсягом жанрових форм вона не годиться. Крім тих випадків, коли автор працює з багатьма джерелами, аналізує їх і в результаті читач отримує зовсім новий інформаційний продукт, що перевершує, підсумовує усі публікації в Інтернеті. Опрацювання інформаційних приводів, опублікованих у всесвітній мережі, було і є важливим інструментом журналістської роботи. Але вони лише тоді мають цінність, якщо автор сам детально досліджує проблему чи подію, про яку йшлося в інтернет-повідомленні, аналізує її, бере актуальні коментарі та робить свої незалежні висновки. Тобто Інтернет повинен виступати одним з інструментів роботи журналіста, але не більше.

Основне змістове наповнення “Газети 7 днів” становлять регіональні новини (це 2, 3, 4 і 5-та шпальти). Події всеукраїнського масштабу висвітлюють переважно на другій шпальті, тобто їм приділяють незначну увагу, хоча чимало публікацій про регіональні проблеми розглядають ці проблеми в загальному контексті, наприклад, у № 2 газети за 2008 р. був опублікований матеріал про виплати закладами до Ощадбанку СРСР. У той час усі ЗМІ рясніли публікаціями про те, що коло відділень Ощадбанку величезні черги, що призводять до небезпечних і непередбачуваних наслідків. Тож у статті “Газети 7 днів”, що висвітлювала цю проблему, йшлося про виплати по Україні загалом, тенденції, позитиви та негативи, нові розпорядження уряду щодо виплат, нововведення у цій галузі, а також аналіз ситуації з виплатами по Бориспільському, Броварському та Білоцерківському районах. Не можна сказати, що газета залишається осторожною важливих подій українського життя, зосереджуючись лише на своєму регіоні. Проте у поле зору газети потрапляють лише події справді всеукраїнського масштабу. Крім того, слід зазначити, що такі публікації мають більше аналітичний характер.

“Газета 7 днів” не прагне першою інформувати читача про подію, це завдання на-

самперед щоденних газет, телебачення та Інтернету. Її завдання – це вибрати найвагоміше або ж, навпаки, якусь “родзинку” з потоку інформаційних повідомлень за тижнем. Тому, крім статей про політику та економіку, газета публікує так звані “цікавинки”, тобто матеріали, які виділяються своєю ексклюзивністю, незвичністю, вражають уяву читача. Іноді такі матеріали можуть подаватися під рубрикою “Фотофакт”. Прикладом може служити публікація про участь Ю. Тимошенко у студентській дискотеці, купання В. Ющенка у Дніпрі чи нагородження Л. Чернівецького премією “Будяк року-2007”.

На основних сторінках “Газета 7 днів” висвітлює найважливіші події за тиждень та найзлободенніші проблеми, що хвилюють регіон. Тому характер її змістового наповнення безпосередньо залежить від подій у регіоні. Хоча загалом газета намагається приділяти увагу всім сферам життя: починаючи політикою й закінчуючи культурою та спортом, постійних рубрик, що повторювалися б з номера в номер, у газеті немає. Як виняток – рубрика “Коротко”, що певною мірою і збалансовує випуск, оскільки газета не може детально висвітлити всі події. Врешті, “подією дня” переважно стають політичні та економічні новини, кримінал чи проблеми, пов’язані із житлово-комунальним господарством, землевпорядкуванням та іншими питаннями діяльності місцевого самоврядування. А події культурного життя, наприклад, дуже рідко виносяться на першу сторінку, хоча це, скоріше, не наслідок редакційної політики, а відображення інформаційної картини регіону. Хоча, безперечно, новини, що подаються на шпальтах газети, не є однотипними, формування випуску здійснюється таким чином, щоб статті все-таки висвітлювали різні аспекти життя регіону, навіть якщо одного тижня домінують політичні події, інший проходить під знаком криміналу чи боротьби за екологію регіону.

Можна окреслити навіть найважливіші теми, що характерні саме для цього регіону й періодично повторюються. Напевне, найважливішою та найзлободеннішою проблемою Київщини, особливо пристолічного регіону, є земельне рейдерство. Ця тема є завжди актуальною і, як не прикро констатувати, дає постійно нові інформаційні приводи. Актуальними є також питання інвестицій, що в цьому регіоні є дуже перспективними і мають значно більші розміри, ніж в інших областях України.

Іншою темою, що даватиме привід для написання статей ще не один рік, є будівництво Великої кільцевої дороги довкола Києва. Їй присвячені як невеликі інформаційні замітки, так і серйозніші аналітичні статті, інтерв’ю, що супроводжуються картами, схемами та розрахунками. Для Борисполя особливо важливими є вирішення екологічних питань, що періодично порушують місцеві та столичні ЗМІ. Постійно актуальними є теми

підвищення тарифів на проїзд, житлово-комунальні послуги тощо, а також зростання вартості землі та житла в регіоні, що для більшості жителів є проблемою номер один. Постійно під прицілом діяльність міської влади, зокрема питання затвердження й виконання бюджетів, залучення інвестицій, а також упровадження у життя різних соціальних програм.

Особливу увагу в газеті приділяють спорту, цій тематиці присвячена окрема сторінка, де висвітлюють події спортивного життя Київщини та України загалом. Такий інтерес не випадковий. Адже спортивні школи та інші організації на Київщині, особливо у Броварах, дуже потужні, вони подарували світу багатьох чемпіонів різних видів спорту, проводять активну діяльність, Бровари та Бориспіль часто стають місцем проведення важливих змагань.

Значну увагу на сторінках газети приділяють питанням історії, особливо історії цих районів. Більшість історико-краєзнавчих публікацій об'єктом висвітлення вибирають період радянської влади, коли тотально фальсифікувалася історія нашого народу. Такі матеріали є досить актуальними в наш час, оскільки в багатьох містах Київщини все ще стоять пам'ятники Леніну та іншим "вождям пролетаріату", а вулиці мають імена катів українського народу. Однак ці матеріали переважно мають яскраве авторське забарвлення, є доволі дискусивними, особливо в частині авторських висновків, і публікуються під рубрикою "Точка зору". Однак навіть при всій дискусивності таких матеріалів вони відіграють велику роль у формуванні суспільної свідомості в цьому регіоні, оскільки зачіпають проблемні питання, звертають помисли читачів до історії України, вказують на необхідність вирішення цих ідеологічних (можна сказати стратегічних) проблем та відновлення історичної справедливості.

Часто у публікаціях "Газети 7 днів" розглядають питання культури й мистецтва, хоча вони мають дещо нестабільний характер. Значною мірою тематика цих статей визначається колом зацікавлення авторів. Так, велику увагу приділяють діяльності молодіжних колективів і гуртків художньої самодіяльності. Хоча говорити про якийсь вплив на формування естетичних смаків читача чи про цілісне відображення всіх аспектів розвитку сучасного мистецтва на Київщині поки ще рано, адже такі публікації досить обмежені, це скоріше інформаційні повідомлення з описом того, що відбувається, чи інтерв'ю з митцями, аніж серйозні мистецтвознавчі статті, що відслідковують тенденції або дають професійну оцінку.

Враховуючи те, що газета є інформаційною, вона має досить значний вплив на формування громадської свідомості, оскільки в поле зору "Газети 7 днів" потрапляють най-

важливіші події, насамперед політичні та економічні, тобто, формуючи інформаційну картину дня, вона, безумовно, має вплив на формування громадянської свідомості своїх читачів.

Щодо особливостей редакційної політики газети як засобу формування громадської думки, то вони чіткіше прослідковуються на прикладі броварської газети, яка має значно більше традицій, сформованих за триваліший період часу. Та й колектив газети ближче ознайомлений із життям Броварів, тут її частіше ідентифікують як "свою", врешті-решт, Броварам приділяють більше уваги. Крім того, у Броварах газета має чіткіше виражену позицію, ніж у Борисполі, Білій Церкві чи Фастові. Якщо в цих містах газета має доволі нейтральний характер, то в Броварах вона є опозиційною до міської влади. Хоча загалом газета є доволі об'єктивною.

Оскільки політичні події всеукраїнського масштабу газета висвітлює коротко, то, відповідно, якихось особливо різких оцінок, суджень тощо, що могли би спричинити великий суспільний резонанс, тут не публікують. Точніше, газета не оминає проблемні теми, навпаки – намагається висвітлювати найзлободенніші питання, проте, як уже було сказано, про такі речі читач дізнається з телебачення, всеукраїнських і столичних газет, а "Газета 7 днів" переважно подає передрук статей, тому тут вона не є "першовідкривачем" і не ставить собі такої мети. З "Газети 7 днів" читач хоче отримати інформацію про своє місто чи село. Тому регіональним проблемам приділяють більше уваги, і саме над ними найбільше працює редактор. Адже, виступаючи часто єдиним джерелом інформації про події, дуже важливо забезпечити об'єктивність та збалансованість подачі матеріалу. Хоча іноді публікації мають доволі різкий характер, вони досить толерантні, і самі проблеми розглядаються доволі неупереджено, обов'язково даючи право (чи хоча би передбачаючи його) висловитися обом сторонам конфлікту. Безперечно, авторська позиція у публікаціях часто присутня, адже є питання, де досягти певної неупередженості практично неможливо. Порушуючи ту чи іншу важливу суспільну проблему, журналіст подає її ніби сторонній глядач, але вибором теми і ракурсу її висвітлення журналіст показує свою позицію.

#### **IV. Висновки**

Характерною рисою всіх сучасних інформаційних засобів масової інформації є певна агресивність у поданні інформації. Деякі медіа навіть спеціально (і часто невмотивовано) підсилюють емоційне враження від подій, особливо зі знаком "мінус". Тим більше, що значна частина новин і так мають негативне забарвлення: події кримінального світу, політичні конфлікти, економічні кризи тощо. "Газета 7 днів" у цьому випадку не є

винятком, адже часто на першу шпальту виносять події, які найбільше вражають: повідомлення про вбивства, пограбування тощо. Не можна сказати, що це суто редакційна політика, це скоріше відображення інформаційної картини тижня в регіоні загалом. Що ж то тих аспектів, що залежать саме від позиції редакції, то тут можна говорити, насамперед, про подання новин зі знаком "плюс" або про прагнення до неупередженості, ніж до "розпалювання пристрастей". Помітною є також тенденція до підкреслення успіхів міста Бровари та району. Ця риса також характерна і для газети, що виходить для Борисполя, Білої Церкви та Фастова, але більше виявляється вона в броварській газеті. Усі найменші інформаційні приводи активно використовуються для служіння цій меті. Не можна сказати, що це особливий лише "Газети 7 днів", така позиція притаманна практично всім місцевим ЗМІ.

#### Список використаної літератури

1. Абульдин Б. Глобализация, интеграция и пути преодоления конфликтности / Б. Абульдин. – Киев : Знание, 2000. – 56 с.
2. Аледінова С. Місцеві друковані ЗМІ (на прикладі Криму) [Електроний ресурс] / С. Аледінова // Актуальні питання масової комунікації. – Вип. 3. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=358>.
3. Дженжебір О. М. Структурно-функціональна характеристика медіасередовища міст-супутників Києва : автореф. дис. ... канд. соц. ком. : 27.00.06 / Ольга Миколаївна Дженжебір ; КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ, 2015. – 16 с.
4. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : навч. посіб. / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2000. – 261 с.
5. Про друковані засоби масової інформації (пресу) : Закон України від 16.11.1992 р. № 2782-XII (із змінами, внесеними згідно із Законами від 11.11.1993 р. № 3582 XII, від 14.02.1997 р. № 70/97-ВР) // Голос України. – 1993. – 12 листопада.
6. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII // Голос України. – 1992. – 3 жовтня.

Стаття надійшла до редакції 12.11.2015.

#### Вербицкая Х. И. Особенности местного информационного еженедельника

*Проанализированы ключевые характеристики организации материалов в местных информационных газетах, а также тематические, типологические и творческие журналистские особенности. Чертой всех современных информационных средств массовой информации является определенная агрессивность в представлении информации. Некоторые медиа усиливают эмоциональное впечатление от событий, особенно со знаком "минус". Значительная часть новостей и так имеют негативную окраску: события криминального мира, политические конфликты, экономические кризисы и тому подобное. Нельзя сказать, что это чисто редакционная политика, это скорее отражение информационной картины недели в регионе в целом. Что касается тех аспектов, которые зависят именно от позиции редакции, то можно говорить в первую очередь представлении новостей со знаком "плюс" или о стремлении к беспристрастности, чем "накале страстей". Все маленькие информационные поводы активно используются для служения этой цели. Такая позиция присуща практически всем местным СМИ.*

**Ключевые слова:** аудитория, журналистика, проблема, регион, СМИ, тема.

#### Verbytska Kh. The Peculiarities of the Local Information Weekly Paper

*The local press is a focus of reporting the sorest and the most interesting problems, which are vital for local audience. Among several types of local printed mass-media (daily newspaper, the newspaper published several times a week and a weekly paper) just the weekly papers are such a type of press, which contains the most winning materials for audience. The weekly paper does not strive for energy getting things done, does not depend on the effect of freshness, does not need "frizzled" or "hot", but not rarely unreliable materials. The weekly paper, namely of local typological trend, contains much of analytics, information presenting, which gives the notion about past events, advertising and entertaining reports, etc. The difference of the local weekly papers is that they give exclusive information either for this region or for the local press.*

*Taking as an example the inter district local newspaper "the Seven Days", key characteristics of organization of materials in the similar newspapers and also thematic, typological and creative peculiarities are analyzed. Characteristic feature of all modern mass-media is certain aggression in presenting the information. Some media even specially (and often without motive) emotionally expresses the events, particularly with minus sign. Furthermore, that the most part of the news has negative tint: incidents in criminal world, political conflicts, economic crisis, etc. It cannot be said that there is the only press policy, this is rapidly the expression of information weekly picture in the region generally. According to those aspects that depend on the position of editorship, it can be rapidly said about presenting the news with "plus" sign or the aspiration for impassivity than for "lighting the passion". All the least information occasions actively are used for service of this purpose. Such a position is inherent practically for all local mass-media.*

**Key words:** audience, journalism, issue, media, region, topic.