

О. В. Шевченко

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
професор кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій
e-mail: o.v.shevchenko1968@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2313-5939
Державний університет «Одеська політехніка»
пр. Шевченка, 1, м. Одеса, Україна, 65044

В. Г. Спрінсян

кандидат наук з мистецтвознавства, доцент
завідувач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій
e-mail: sprinsyan@op.edu.ua, ORCID: 0000-0003-1099-4718
Державний університет «Одеська політехніка»
пр. Шевченка, 1, м. Одеса, Україна, 65044

СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ

Мета дослідження полягає у виявленні специфіки організації функціонування друкованих засобів масової інформації України на прикладі Одеського регіону.

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети використано такі загальнонаукові методи дослідження: аналіз та синтез – при зборі й обробці інформації; узагальнення – для ґрунтування понять, суджень, закономірностей, теорій; порівняння – для зіставлення досліджуваних предметів та встановлення їхньої подібності або відмінності; текстологічний – для вивчення літератури й документів з метою одержання первинної інформації, аналізу історії та сучасного стану проблеми; опитування – для одержання інформації та даних; кількісний та якісний контент-аналіз – при аналізі масивів інформації з метою підрахунку частоти згадувань змістовних одиниць, останній при аналізі наявності змістовних одиниць у тексті, формі їх подання.

Результати. Проаналізовано інформаційне наповнення друкованих видань на предмет тематики повідомлень та джерел інформації, з яких черпають матеріал місцеві засоби масової інформації; виявлено недоліки роботи засобів масової інформації в Одеському регіоні, серед яких головним є саме наповнення, проведено опитування серед жителів міста та вказано, яка тематика в місцевій пресі їх найбільше цікавить, яку вони хотіли б бачити на газетних шпальтах; одним із головних напрямів удосконалення інформаційного забезпечення засобів масової інформації є саме наповнення преси, якість інформаційного продукту, оперативне інформування населення.

Новизна. Схарактеризовано особливості функціонування сучасної преси України на прикладі Одеського регіону.

Практичне значення. Розроблено рекомендації щодо підвищення рівня інформаційного обслуговування на сучасному етапі розвитку, серед них найголовнішими є використання новітніх технік та технологій, інформаційно-пошукових систем у роботі редакції, підвищення рівня компетентності журналістів у своїй діяльності з використанням інноваційних технологій з метою моніторингу інформації.

Ключові слова. інформаційні технології, мережеві ЗМІ, інтернет, мультимедіа, журналістика.

I. Вступ

Без усебічного та об'єктивного дослідження сучасного стану місцевої преси не можна відтворити цілісну картину діяльності засобів масової інформації. Для аналізу української преси загалом потрібно розглянути регіональну пресу як складову цілого та визначити тематику, яку розглядають сучасні засоби масової інформації. Друкована преса досі необхідна суспільству, незважаючи на стрімке поширення інформаційно-комунікаційних технологій. Значна частина українців мешкає в сільській місцевості, куди новітні технології доходять повільно. Проте, більшість жителів невеликих населених пунктів – люди середнього й старшого віку, які не користуються цими технологіями, тому головним джерелом інформації для них є локальні друковані видання.

Регіональна преса, висвітлюючи особливості функціонування місцевих державних установ різних рівнів, події міста чи області, є основним джерелом інформації для населення. Саме тому дуже важливим є те, наскільки якісний інформаційний продукт, створений регіональною пресою,

адже від того, наскільки цікава й потрібна газета читачам, залежить її тираж, звідси – її фінансове благополуччя. Інформаційне наповнення регіональних газет має відповідати очікуванням читачів [10]. Джерельна база дослідження становить окремі так звані блоки, це пояснюється тим, що різні науковці висвітлюють окремі питання, але при аналізі всіх наукових праць можна побачити загальну картину розвитку, становлення, роботи періодичної преси України. Існують різні наукові методи та методики, за допомогою яких досліджують періодичні видання та їх наповнення. Усе це дає змогу охарактеризувати періодичне видання в цілому. В основу аналізу форм власності засобів масової інформації та їхнього взаємозв'язку з незалежністю медіа можуть бути взяті доробки визнаних українських журналістів: В. Здоровеги «Преса і влада», В. Іванова «Механізм доступу до інформації», А. Москаленка «Теорія журналістики», О. Чекмишева, В. Піховшека, В. Ганжі «Четверта колона. Свобода та залежність мас-медіа в Україні», В. Шкляра «Основи теорії журналістики» та ін.

Під час аналізу видавничої продукції України в її тематичному, мовному й регіональному аспектах стануть у нагоді публікації В. Бебика «Українські мас-медіа як дзеркало нашої громадської свідомості», О. Лебедєвої-Гулей «Тенденції розвитку української газетної публіцистики 1991–2006 рр.», Н. Заряди «Аналітичний огляд газет, виданих в Україні», Ю. Діденка «Ідеї Народного Руху України поширювались самвидавом», Ю. Бондаря «Становлення та еволюція національного інформаційного простору України в процесі формування демократичної політичної культури українського суспільства», М. Тимошика «Видавнича справа в Україні на сучасному етапі: тенденції, проблеми», С. Буряк «Аналітичний огляд випуску друкованої продукції», «Аналітичний огляд випуску книжкових видань», К. Індутої «Книжковий ринок в Україні: стан розвитку та напрями державного регулювання», Ю. Шаповала та М. Ажнюка «Мовна ситуація в Україні: історія і сучасний стан», О. Медведєва «Українська книга. Гостя у власній хаті».

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження полягає у виявленні специфіки організації функціонування друкованих засобів масової інформації України на прикладі Одеського регіону.

Було використано такі загальнонаукові методи дослідження: аналіз та синтез, при зборі і обробці інформації; узагальнення – для бґрунтування понять, суджень, закономірностей, теорій; порівняння – для зіставлення досліджуваних предметів та встановлення їхньої подібності або відмінності; текстологічний – для вивчення літератури і документів з метою одержання первинної інформації, аналіз історії і сучасного стану проблеми; опитування – для одержання інформації та даних; кількісний та якісний контент-аналіз – при аналізі масивів інформації з метою підрахунку частоти згадувань змістовних одиниць, останній при аналізі наявності змістовних одиниць у тексті, формі їх подання.

III. Результати

Без формування міцного та дієвого громадянського суспільства, яке робить внесок у вдосконалення організації суспільного життя, сприяє ініціативі громадян, неможливий успішний розвиток України. Найлегшим способом створення такого дієвого суспільства є підключення роботи засобів масової інформації, так званої «четвертої влади», які за допомогою різних технік пропаганди можуть створити ілюзію реальності, направляючи спуспільну думку в потрібному напрямку.

Щоб з'ясувати, що саме можна вважати засобами масової інформації, звернемося до визначень. Засіб інформації – будь-які засоби інформації, що призначені публічно поширювати інформацію періодичного характеру, наприклад, газети, радіо чи телебачення [5, с. 34.]. У ст. 20 Закону України «Про інформацію» визначено, що масова інформація – це публічно поширювана друкована та аудіовізуальна інформація [1]. Масовою інформацією є інформаційний продукт, бо, згідно із Законом України «Про національну програму інформатизації», інформаційним продуктом (продукцією) є документована інформація, яка підготовлена і призначена для задоволення потреб користувачів [3]. Отже, інформаційним продуктом можна вважати не лише засоби масової інформації, а й періодичні друковані видання (пресу) зокрема.

Друкованими засобами масової інформації є періодичні друковані видання (преса) – газети, журнали, бюлетні тощо й разові видання з визначеним тиражем. Аудіовізуальними засобами масової інформації є: радіомовлення, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис тощо [1].

При цьому чіткого визначення понять «друкована та аудіовізуальна інформація» та «засіб масової інформації» в Законі України «Про інформацію» не наведено.

У Законі України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» під друкованими засобами масової інформації (пресою) в Україні розуміються періодичні і такі, що продовжуються, видання, які виходять під постійною назвою, з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року на підставі свідоцтва про державну реєстрацію. Додатки до друкованих засобів масової інформації у вигляді видань газетного та журнального типу є окремими періодичними і такими, що продовжуються, друкованими виданнями і підлягають реєстрації на загальних підставах. Зазначені в частинах першій та другій цієї статті Закону друковані видання можуть включати до свого складу інші носії інформації (платівки, дискети, магнітофонні та відеокасети тощо), розповсюдження яких не заборонено чинним законодавством України.

Друкований засіб масової інформації вважається виданим, якщо він підписаний до виходу в світ і відрукований будь-яким тиражем. Сфера розповсюдження друкованого засобу масової інформації не обмежується [2].

Національні друковані засоби масової інформації є частиною інформаційного простору та відіграють важливу роль у формуванні культури, духовності, різнобічного світогляду, самоусвідомлення нації, залишаючись джерелом знань і найефективнішим засобом його передачі. Друковані засоби масової інформації, зокрема регіональні, є дієвим каналом інформування суспільства, територіальної громади щодо діяльності влади та його реакції на дії влади. Ці особливості перетворюють засоби масової інформації на важливу соціальну інституцію, одну із складових інформаційного простору України, що активно впливає на функціонування соціуму в цілому.

Українська преса – одна з найважливіших складових нашої культури, на думку вчених, усе ще залишається найменш вивченою. Роль преси в суспільному та політичному житті важливо розглядати з точки зору історії становлення перших періодичних друкованих видань – газет. Процеси, які відбуваються сьогодні, а саме інформатизація всієї людської діяльності, яка дедалі є глибшою й повнішою, вимагають постійного аналізу, оцінювання функціонування видавничої продукції саме з огляду на її роль в інформаційному, науковому, навчальному та культурно-духовному забезпеченні суспільства. Основною перевагою преси є її аналітичність, де здійснюється так званий огляд, який містить оцінки сукупності однорідних фактів з певної сфери життєдіяльності людей певного часу з метою дати аудиторії об'єктивну й цілісну картину дійсності, своєрідну панораму життя, одну з його сфер [4, с. 39].

До переваг преси можна зарахувати й те, що до надрукованого можна повернутися, подумати над ним, можна передати газету іншим, а потім обговорити прочитане, зробити вирізки, здійснивши підписку на друкований засіб масової інформації забезпечується майже 100% причитання матеріалу.

Державна політика є визначальним напрямом сприяння формуванню та розвитку друкованих засобів масової інформації, оскільки останні є важливим сегментом інформаційного простору України. Аналіз національного нормативно-правового поля дає підстави стверджувати, що в Україні сьогодні створений комплекс законодавчих та підзаконних нормативно-правових актів, що регулює національне інформаційне середовище, у тому числі інформаційну сферу друкованих засобів масової інформації.

Інформаційна діяльність засобів масової інформації регулюється значною кількістю правових норм, які містяться в численних нормативно-правових актах, зокрема в Законах України, підзаконних нормативно-правових актах, міжнародно-правових та 45 локально-правових актах, що в сукупності утворюють систему законодавства про засоби масової інформації. Серед них базові Закони України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про державну таємницю», «Про зв'язок», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про рекламу», «Про Концепцію національної програми інформатизації», «Про Національну програму інформатизації», «Про науково-технічну інформацію», «Про захист інформації в автоматизованих системах», «Про електронний підпис», «Про електронний документообіг» та ін.

У сучасному українському законодавстві правовий інститут друкованих засобів масової інформації має спеціальні джерела права: Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», Постанову Кабінету Міністрів України «Про державну реєстрацію друкованих засобів масової інформації, інформаційних агентств та розміри реєстраційних зборів», Положення про державну реєстрацію друкованих засобів масової інформації в Україні та ін. Також можна виокремити нормативно-правові акти, які регулюють інформаційну діяльність усіх засобів масової інформації, тобто містять норми медіаправа, наприклад, Закони України «Про інформацію» та «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», та нормативно-правові акти, які регулюють інформаційну діяльність окремих засобів масової інформації: друкованих, електронних засобів масової інформації, а також інформаційних агентств. Варто зауважити, що інформаційно-правові норми, які містяться в зазначених нормативно-правових актах, тісно взаємопов'язані між собою.

Система чинного законодавства про друковані засоби масової інформації має «вертикальну», зумовлену різною юридичною силою (ієрархією) правових норм, та «горизонтальну» (галузеву) структуру, яка залежить від конкретних сфер, напрямів і питань, що регулюються цим законодавством. Ієрархія законодавства у сфері інформаційної діяльності друкованих засобів масової інформації ґрунтується на нормах Конституції України, яка має найвищу юридичну силу та є базою поточного законодавства. На сайті Державного комітету телебачення і радіомовлення України було опубліковано статистичні дані про випуск друкованих засобів масової інформації, результати досліджень подано у таблицях [6]. У табл. 1 наведені статистичні дані про випуск друкованих засобів масової інформації України.

Таблиця 1

Статистичні дані про випуск друкованих засобів масової інформації

Всього		З них			
		Газет		Періодичних і продовжуваних видань (крім газет)	
Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.
4 358	2 314 696,0	1 666	2 169 726,7	2 692	144 969,3

Як видно з табл. 1, загальна кількість видань України – 4 358 одиниць з тиражем 2 314 696 тис. примірників, з них газетні видання – 1 666 одиниць загальним тиражем 2 169 726,7 тис. примірників, окрім газет, періодичних і продовжуваних видань – 2692 одиниць, а їх загальний тираж становить 1 44 969,3 тис. примірників.

Виокремивши газету як основний вид періодичного видання, бачимо, що її тираж майже вдвічі перевищує тираж інших видів періодичних видань, у тому числі продовжуваних. Цим визначаються її переваги та популярність над іншими видами, також газета є більш бюджетним варіантом для пересічного українця. Так, у табл. 2 подано статистичні дані про випуск друкованих засобів масової інформації України саме за територіальною ознакою.

Таблиця 2

Статистичні дані про випуск друкованих засобів масової інформації за територіальною ознакою

Область (регіон)	Всього		З них			
			Газет		Періодичних і продовжуваних видань (крім газет)	
	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.
Всього:	4 358	2 314 696,0	1 666	2 169 726,7	2692	144 969,3
Вінницька	130	70 984,2	84	70 938,9	46	45,3
Волинська	77	17 517,2	44	17 498,9	33	18,3
Дніпропетровська	278	153 233,9	150	147 972,8	128	5 261,1
Донецька	78	43 273,2	55	43 248,4	23	24,8
Житомирська	51	13 602,0	38	13 577,2	13	24,8
Закарпатська	53	3 799,0	25	3 785,0	28	14,0
Запорізька	131	37 896,7	79	37 824,5	52	72,2
Івано-Франківська	75	9 778,8	35	9 731,0	40	47,8
Київська	119	26 670,1	79	26 485,9	40	184,2
Кіровоградська	44	13 333,0	31	13 109,5	13	223,5
Луганська	40	9 962,8	25	9 857,3	15	105,5
Львівська	239	387 669,4	49	375 187,8	190	12 481,6
Миколаївська	62	17 505,9	47	17 261,8	15	244,1
Одеська	160	166 831,4	47	165 929,3	113	902,1
Полтавська	96	34 533,8	66	34 483,9	30	49,9
Рівненська	66	11 966,0	29	11 747,8	37	218,2
Сумська	64	15 868,9	37	15 847,7	27	21,2
Тернопільська	223	38 117,4	45	27 028,0	178	11 089,4
Харківська	427	157 805,5	85	152 760,5	342	5 045,0
Херсонська	90	17 030,0	61	17 001,1	29	28,9
Хмельницька	98	27 645,4	50	27 582,9	48	62,5
Черкаська	113	24 785,7	67	24 171,8	46	613,9
Чернівецька	57	9 855,1	25	9 782,1	32	73,0
Чернігівська	53	18 901,5	36	18 829,0	17	72,5
м. Київ	1534	986 129,1	377	878 083,6	1157	108 045,5

Як видно з табл. 2, найбільша загальна кількість видань спостерігається в Харківській (427 видань тиражем 157 805,5 тис. примірників), Дніпропетровській (278 видань загальним тиражем 153 233,9 тис. примірників) та Львівській (239 видань тиражем 387 669,4 тис. примірників) областях, а в самому місті Києві взагалі 1534 видання загальним тиражем 986 129,1 тис. примірників.

Найбільше газетних видань випускається в таких областях (регіонах): Дніпропетровська область – 150 одиниць тиражем 147 972,8 тис. примірників, Харківська область – 85 одиниць тиражем 152 760,5 тис. примірників, Вінницька область – 84 одиниці тиражем 70 938,9 тис. примірників. У місті Києві випускається 377 газетних видань загальним тиражем 878 083,6 тис. примірників.

Найбільше періодичних і продовжуваних видань (крім газет) випускається в Харківській області – 342 одиниці тиражем 5045 тис. примірників, Львівській області – 190 одиниць загальним тиражем

12 481,6 тис. одиниць та Тернопільській області – 178 одиниць тиражем 11 089,4 тис. одиниць. У місті Києві – 1157 одиниць тиражем 108 045,4 тис. одиниць. Аналізуючи статистичні дані, також варто сказати про ті області (регіони), у яких друковані ЗМІ випускаються найменше, а саме: Луганську – 40 видань тиражем 9962,8 тис. примірників, Кіровоградську – 44 видання тиражем 13 333 тис. примірників, Житомирську – 51 видання тиражем 13 602 тис. примірників.

Щодо газетних видань, то їх найменше в таких регіонах, як: Луганська область – 25 одиниць тиражем 9857,3 тис. примірників, Чернівецька область – 25 одиниць тиражем 9782,1 тис. одиниць, Закарпатська область – 25 одиниць тиражем 3785 тис. примірників. Найменша кількість періодичних та продовжуваних видань (крім газет) у Кіровоградській області – 13 одиниць загальним тиражем 223,5 тис. примірників, Житомирській області – 13 одиниць тиражем 24,8 тис. примірників, Миколаївській області – 15 видань тиражем 244,1 тис. примірників.

Отже, проаналізувавши ці дані, варто сказати про те, що кожен з регіонів нашої держави має свої особливості щодо кількості випуску друкованих ЗМІ. Так, у табл. 3 наведені статистичні дані про випуск друкованих засобів масової інформації України за категорією засновників (співзасновників).

Таблиця 3

Статистичні дані про випуск друкованих засобів масової інформації за категорією засновників (співзасновників)

Категорії засновників (співзасновників)	Всього		З них			
			Газет		Періодичних і продовжуваних видань (крім газет)	
	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.
Усього:	4 358	2 314 696,0	1 666	2 169 726,7	2692	144 969,3
Органи місцевого самоврядування	49	77 793,6	37	77 760,9	12	32,7
Органи державної влади	426	130 182,9	338	126 699,8	88	3 483,1
Державні підприємства, бібліотеки, музеї	111	16 404,1	21	15 728,7	90	675,4
Академія наук України, науково-дослідні інститути	354	566,2	1	1,0	353	565,2
Навчальні заклади	1268	2 496,5	41	574,8	1227	1 921,7
Редакції друкованих засобів масової інформації	160	181 231,5	126	178 184,4	34	3 047,1
Громадські організації, творчі спілки, фонди	185	16 789,4	90	16 130,3	95	659,1
Політичні (партійні) організації	11	288 105,8	11	288 105,8	–	–
Профспілкові організації	26	5 185,7	26	5 185,7	–	–
Релігійні організації	61	6 136,4	42	5 043,6	19	1 092,8
Підприємства, асоціації, фірми, товариства, центри тощо	1079	1 312 621,2	575	1 198 268,6	504	114 352,6
Приватні підприємці	628	277 182,7	358	258 043,1	270	19 139,6

Згідно табл. 3, найбільш визначними є: навчальні заклади, підприємства, асоціації, товариства, приватні підприємці та органи державної влади випускаючи різну кількість періодичних і продовжуваних видань та газет зокрема. З вищезначеного можна зробити висновки, що переважна більшість друкованих видань України заснована окремими громадянами та комерційними структурами, отже частка недержавної преси в Україні є досить високою. Випуск друкованих засобів масової інформації щодо мовного аспекту розглянуто в табл. 4.

Таблиця 4

Статистичні дані про випуск друкованих засобів масової інформації за мовами

Тематичні розділи	Всього		З них			
			Газет		Періодичних і продовжуваних видань (крім газет)	
	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.	Кількість видань	Загальний тираж, тис. пр.
Усього:	4 358	2 314 696,0	1 666	2 169 726,7	2 692	144 969,3
Англійська	72	1 287,5	2	781,0	70	506,5
Вірменська	1	12,0	1	12,0	–	–
Німецька	1	0,3	–	–	1	0,3
Польська	4	89,0	3	83,0	1	6,0
Російська	839	1 214 252,8	466	1 116 394,6	373	97 858,2
Румунська	2	331,8	2	331,8	–	–
Угорська	4	1 287,8	3	1 286,0	1	1,8
Українська	1 935	977 227,4	962	945 569,7	973	31 657,7
Українська та російська	684	116 150,5	211	104 404,8	473	11 745,7
Двома мовами	190	1 279,0	6	298,9	184	980,1
Декількома мовами	626	2 777,9	10	564,9	616	2 213,0

Як бачимо, Українська держава друкує найбільше україномовних видань (1935 одиниць тиражем 977 227,4 тис. примірників). Найменше – вірменською, німецькою та румунською мовами. Отже, вище-означені статистичні дані є показником виходу друкованих засобів масової інформації в Україні, усі вони становлять систему, завдяки якій інформується українське суспільство.

Незважаючи на стрімкий розвиток медіатехнологій, друковані засоби масової інформації залишаються затребуваними, але для того, аби зберегти їх конкурентоспроможність, необхідно стимулювати ринок друкованих видань, бо саме вони є основним джерелом прибутку у світовій медіаіндустрії. Основні переваги друкованих засобів масової інформації полягають у зручності використання, у тому, що читач зможе одразу отримати повний комплект інформації, яка уміло скомпонована для всіх категорій. Щодо недоліків друкованих видань Одеського регіону та України загалом. Частина тиражу залишається не розкупленою, що негативно впливає на бюджет видавництва, також необхідно використовувати службу доставки, а доставка за межі країни істотно обмежена, якщо редакцією допускаються помилки при друці, їх неможливо виправити. Так, у травні 2021 р. серед жителів Одеси було проведено опитування щодо наповнення сучасних засобів масової інформації, загальна кількість опитаних – 120 осіб. Результати подано на рис. 1.

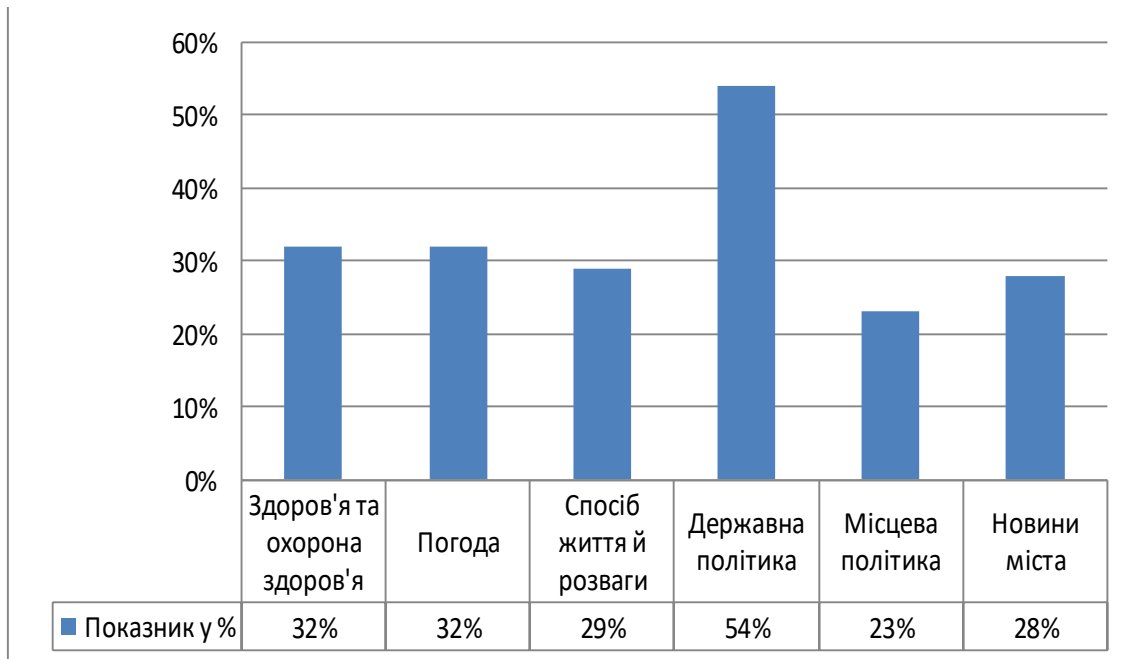


Рис. 1. Тематика, яка найбільше цікавить громадян (згідно проведеного опитування)

З даних на рис. 1 видно, що найбільше одеські мешканці цікавляться державною політикою, тому місцевим виданням потрібно більше писати про політичну ситуацію в нашій країні, це підвищить популярність друкованої преси. Також не варто забувати про тематику здоров'я та охорони здоров'я, погоди, ці теми є цікавими для одеситів та посідають другу позицію після державної політики. Узявши до уваги наведені дані, можна підвищити рейтинги друкованих видань, друкуючи більше матеріалів з тем, які є цікавими читачам.

Виходячи з попереднього аналізу, можна констатувати, що незалежними, а отже, здатними бути самостійними гравцям у політичній боротьбі та виконувати основне своє призначення, засоби масової інформації можуть лише за двох обставин: перша – наявність правових і соціальних механізмів, які виключають можливості маніпулювання засобами масової інформації; друга – створення громадських медіа, власником яких буде все суспільство, яке забезпечить матеріальні потреби видавництва за рахунок громадського фінансування, дозволить журналістам працювати в інтересах суспільства загалом. Тільки за таких обставин засоби масової інформації можуть стати повноцінною ланкою політичної системи. А сама поява громадських засобів масової інформації змусить перелаштовуватися й решту медіа, призведе до послаблення залежності журналістів від власників, слугуватиме демократизації преси.

Таким чином, можна констатувати, що наповнення друкованих видань Південного регіону різниться між собою в деяких тематичних аспектах саме за кількістю поданого матеріалу. Кожна з досліджуваних галузей має свої вподобання та потреби в тій чи іншій інформації. Друковані газети – це базис нашого суспільства, і наша галузь сильніша, ніж багато хто може собі уявити. Газети повинні змінюватися, якщо в подальшому хочуть залишатися рупором суспільства й надавати громадянам інформацію. Справа не в читацькій аудиторії, ми її маємо. Проблеми існують із розробкою ефективних бізнес-моделей у цифровій ері. Варто прислуховуватися до потреб споживачів інформації та вдосконалювати наповнення преси.

IV. Висновки

Отже, для вдосконалення інформаційного забезпечення засобів масової інформації в Одеському регіоні перш за все потрібно оперативно інформувати населення про найважливіші події політичного, соціального, економічного, культурного та духовного життя міст та області загалом, об'єктивно висвітлювати роботу органів місцевого самоврядування й органів виконавчої влади, використовуючи достовірну інформацію, для задоволення інформаційних потреб населення та окремих його ланок, для реалізації ними своїх прав, свобод і законних інтересів, створюючи сприятливі умови для розвитку та поліпшення інформаційної інфраструктури області. Під час розробки рекомендацій з удосконалення рівня інформаційного обслуговування на сучасному етапі розвитку варто сказати про те, що після ухвалення управлінських рішень у редакціях необхідно використовувати комп'ютерні інформаційні технології.

Ця необхідність зумовлена тим, що в кожному із засобів масової інформації існує документообіг, а головними складовими роботи великої сучасної організації, яка прагне зайняти своє місце на ринку, є використання інтерактивного режиму, робота з базами даних, безпаперова обробка документів, і навіть колективна робота обробки документації й поповнення баз даних. При систематичній роботі зазначених вище компонентів будь-яка редакція зможе підтримувати зайняті позиції на ринку.

Список використаної літератури

1. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2658-XII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 15.02.2022).
2. Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні: Закон України від 16 листопада 1992 р. № 2783-XII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2782-12> (дата звернення: 15.02.2022).
3. Про національну програму інформатизації: Закон України від 4 квітня 1998 р. № 74/98-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 15.02.2022).
4. Кривошея Г. П. Теорія і практика журналістики: навч. посіб. Київ: вид-во нац. авіац. ун-ту, 2007. 220 с.
5. Марущак А. І. Засіб інформації. Словник термінів інформаційного права / заг. ред. М. Я. Швеця. Київ: КНТ, 2008. 184 с.
6. Статистичні дані про випуск друкованих ЗМІ в 2017 році. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=143472&cat_id=85717 (дата звернення: 15.02.2022).
7. Стебліна Н. В. Одеському регіоні довіряють чуткам, а не журналістам – дослідження. URL: <http://www.happymisto.od.ua/journalism/v-odesskom-regione-doverayut-sluxam-a-ne-zhurnalistam-issledovanie> (дата звернення: 15.02.2022).
8. Тернопільський Ю. Українська преса з перспективи 150-ліття. Спілка українських журналістів Америки. Джерсі-Сіті: М. П. Коць, 1974. 176 с.
9. Тимошик М. С. Історія української видавничої справи: наукова концепція та нові спроби її фальсифікації. Київ: Наша культура і наука, 2012. 32 с.
10. Чорна І. В. Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі жмеринської преси. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2015. № 1. С. 109–115.
11. Шкляр В. І. Мас-медіа і виклики нового століття. Київ: Грамота, 2003. 48 с.

References

1. Law of Ukraine about information from October 2 1992, № 2658-XII. Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> [in Ukrainian].
2. Law of Ukraine about the handling of the registration of mass information (press) in Ukraine from November 16 1992, № 2783-XII. Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2782-12> [in Ukrainian].
3. Law of Ukraine about the national informatization program № 74/98-ВР. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/74/98-vr> [in Ukrainian].
4. Krivosheya, H. P. (2007). Teoriya i praktyka zhurnalistyky [Theory and practice of journalism]. Kyiv: Vidavnytstvo natsionalnogo aviatsiynogo universitetu [in Ukrainian].
5. Maruschak, A. I. (2008). Zacyb informatsii. Clovnik terminiv iformatsiynogo prava [For information. Glossary of terms of informational law]. Kyiv: KNT [in Ukrainian].
6. Statychni dani pro vipusk drukovanih ZMI v 2017 rotsi [Statistical data on the release of other PMI in 2017]. Retrieved from http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=143472&cat_id=85717 [in Ukrainian].
7. Steblina, N. V. (2021). Odeskomu regionu doviryayut chutkam, a ne zhurnalictam – doclidzhennya [In the Odesa region, they trust sensitives, not journalists – dodelzhennia]. Retrieved from <http://www.happymisto.od.ua/journalism/v-odesskom-regione-doverayut-sluxam-a-ne-zhurnalistam-issledovanie> [in Ukrainian].
8. Ternopilckiy, Yu. (1974). Ukraincka preca z percpektivi 150-litty. Spilka ukrainckih zhurnalictiv Ameriki [Ukrainian preca from the prospects of 150 years. Split of Ukrainian journalists of America]. Dzherci-Citi: M. P. Kots [in Ukrainian].
9. Timoshik, M. C. (2012). Ictoriya ukrainckoi vidavnicnoi cpravi: naukova kontseptsiya ta novi cprobi ii falcifikatsii [The history of Ukrainian visual arts: scientific concept and new tests and falsifications]. Kyiv: Our culture and science [in Ukrainian].

10. Chorna, I. V. (2015). Tendentsii rozvitku regionalnih zasobiv masovoi informatsii na prikladi zhmerinckoi precii [Trends in the development of regional slaughter of mass information on the application of the Zhmerinsky press]. *Bibliotekoznavctvo. Dokumentoznavctvo. Informologiya*, 1, 109–115 [in Ukrainian].
11. Shklyar, V. I. (2003). Mac-media i vikliki novogo stolittya [Mac media and wikis of the new capital]. Kyiv: Gramota [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 11.05.2022.

Received 11.05.2022.

Shevchenko O., Sprynsyan V. Specifics of the Organization of Functioning Mass Media of Ukraine

The purpose of the study is based on the revealed specifics of the organization of the functioning of other resources in the mass information of Ukraine.

Research methodology. To achieve this goal, the following general scientific research methods were used: analysis and synthesis, in the collection and processing of information; generalization - for substantiation of concepts, judgments, laws, theories; comparison - to compare the studied objects and to establish their similarities or differences; textual - to study the literature and documents in order to obtain primary information, analysis of the history and current state of the problem; survey - to obtain information and data; quantitative and qualitative content analysis - in the analysis of information arrays in order to calculate the frequency of mentions of content units, the latter in the analysis of the presence of the content of their content units.

Results. the information content of printed publications on the subject of messages and sources of information from which the local mass media draw material is analyzed; The shortcomings of the work of mass media in the Odessa region were revealed, among which the content is the most important, a survey was conducted among the residents of the city, and it was indicated what the topic is in the local country, which is the best way to find them; One of the main directions of improving the information support of the mass media is the filling of the press, the quality of the information product, operative informing of the population.

Novelty. Methodical approaches to the evaluation of periodicals, which are used to characterize the current press, are revealed; The origins of the creation and peculiarities of the activity of the mass media, terminology, the analyzed legislative base on the information activity of the mass media and the information of the mass media are considered.

Practical significance. The information content of printed publications on the subject of messages and sources of information from which the local mass media draws material is analyzed; The shortcomings of the work of mass media in the Odessa region were revealed, among which the content is the most important, a survey was conducted among the residents of the city, and it was indicated what the topic is in the local country, which is the best way to find them; One of the main directions of improving the information support of the mass media is the filling of the press, the quality of the information product, operative informing of the population.

Keywords. information technology, online media, Internet, multimedia, journalism.

Szewczenko O., Sprinsian W. Specyfika organizacji funkcjonowania środków masowego przekazu Ukrainy

Cel badania polega na odkryciu specyfiki organizacji funkcjonowania drukowanych środków masowego przekazu Ukrainy na przykładzie obwodu odeskiego.

Metodologia badania. Aby osiągnąć postawiony cel zastosowano następujące ogólnonaukowe metody badawcze: analiza i synteza – dla gromadzenia i przetwarzania informacji; uogólnienie – dla uzasadnienia pojęć, orzeczeń, prawidłowości, teorii; porównanie – dla zestawienia badanych obiektów oraz ustalenia ich podobieństw albo różnic; metoda tekstologiczna – dla studiowania literatury i dokumentów w celu uzyskania informacji podstawowych, analizy historii oraz aktualnego stanu problemu; ankietowanie – dla otrzymania informacji i danych; kontent-analiza ilościowa i jakościowa – w analizie tablic informacyjnych w celu obliczenia częstotliwości wspomnianej znaczących jednostek, ostatnia przy analizie dostępności znaczących jednostek w tekście, formie ich prezentacji.

Wyniki. Przeanalizowano zawartość informacyjną publikacji drukowanych na przedmiot tematyki wiadomości i źródeł informacji, z których lokalne środki masowego przekazu czerpią materiały; ujawniono usterki pracy środków masowego przekazu w rejonie odeskim, wśród których najważniejszą jest treść, przeprowadzono ankietowanie wśród mieszkańców miasta oraz wskazano najbardziej interesującą tematykę lokalnej prasy, którą oni chcieliby widzieć na łamach gazet; jednym z głównych kierunków udoskonalenia informacyjnego zabezpieczenia środków masowego przekazu jest napełnienie prasy, jakość produktu informacyjnego, operacyjne informowanie ludzi.

Nowość. Scharakteryzowano osobliwości funkcjonowania nowoczesnej prasy ukraińskiej na przykładzie rejonu odeskiego.

Znaczenie praktyczne. Opracowano rekomendacje co do podwyższenia stopnia obsługi informacyjnej na nowoczesnym etapie rozwoju, wśród których najważniejszym jest wykorzystanie najnowszych technik i technologii, informacyjno-wyszukiwawczych systemów w robocie redakcji, podwyższenia stopnia kompetencji dziennikarzy w ich działalności z wykorzystaniem technologii innowacyjnych w celu monitoringu informacji.

Słowa kluczowe: technologie informacyjne, sieciowe środki masowego przekazu, internet, multimedia, dziennikarstwo.