

Інформаційний простір Миколаєва

У статті розглянуто інформаційний простір Миколаєва, зокрема діяльність регіональних друкованих та електронних ЗМІ, визначено основні тенденції розвитку мас-медіа в регіоні, а також прогалини, які існують в інформаційній сфері.

Ключові слова: Миколаїв, друковані та електронні ЗМІ.

Our investigation deals with information space of Mykolaiv, in particular activity of the regional printed and electronic mass-media. It gives an opportunity to determine the main tendencies of mass-media development in the region, and to define the programmes, which are in use in the informational sphere.

Key-words: Mykolaiv, printed and electronic mass media.

Українська регіональна преса в сучасному журналістикознавстві, на жаль, досліджена недостатньо. Як зазначає І. Белінська, основними аспектами, що здебільшого розглядаються науковцями (О. Чекмишев, П. Гашпаровичов, А. Розсоха, В. Ступак, Б. Загайський, М. Карась), як правило, є участь регіональних ЗМІ у виборчому процесі; економічні проблеми їхнього функціонування; свобода слова у ЗМІ регіонів [1, 11]. Проте системного підходу до розгляду цих питань не спостерігалось. Саме тому метою дослідження є аналіз стану розвитку регіональних ЗМІ (зокрема у Миколаєві) на сучасному етапі.

Об'єктом дослідження ринку регіональних засобів масової інформації стали друковані та електронні мас-медіа Миколаєва. Уся інформація стосовно їхньої діяльності була перевірена в Миколаївському обласному управлінні у справах преси та інформації Миколаївської обласної державної адміністрації та представника Національної ради з питань телебачення та радіомовлення у Миколаївській області. Та спершу дамо визначення терміна "регіон".

Регіон (від лат. regio – округ) – територія, що характеризується комплексом притаманних їй ознак (фізико-географічних, економічних тощо) [4, 574]. Отже, регіон – це частина країни, тому має спільні для всієї держави мову, звичаї, традиції, історію, культуру, народне господарство, але тільки йому властиві риси: географію, демографічний склад населення, мовні, релігійні, світоглядні особливості [6, 63]. Водночас значну увагу приділено особливостям Миколаївщини в історії сучасної України, що, відповідно, позначилося й на засобах масової інформації цього регіону.

Ще стародавні греки оцінили переваги високого берега Південного Бугу для побудови міста-колонії Ольвія, що в перекладі з грецької означає "щаслива". Проте щасливим місто ніяк не назвеш. Численні набіги й облоги далися взнаки – наприкінці VI ст. н. е. кочові племена гунів остаточно зруйнували Ольвію.

На безмежних теренах степу кочували печеніги й половці. У XIII ст. територія ввійшла до складу Золотої Орди. Пізніше – до складу Польсько-Литовської держави. У XVII ст. починається історія краю коза-

цької доби. Частина Миколаївщини входила й до складу територій Запорізької Січі та Буго-Гардіївської, Інгулецької та Прогнойської паланок.

Територія на півдні області належала Туреччині й унаслідок Російсько-турецької війни (1768–1774) увійшла до складу Російської імперії. У 1796 р. Миколаївщина стала частиною Новоросійської губернії, пізніше – Херсонської губернії. Остання, у свою чергу, деякий час мала назву "Миколаївської". При цьому територія Миколаєва й шести адміралтейських поселень мала статус вільного губернаторства.

У 1789 р. із заснуванням міста Миколаєва починається кораблебудівна історія краю. Миколаїв стає колискою Чорноморського флоту, а згодом – торгово-промисловим центром півдня України, яким є й дотепер [5, 3].

Нині у Миколаївській області однаковою мірою розвинуті як аграрний, так і промисловий сектори економіки. У регіоні працює кілька великих промислових підприємств, на яких зайнята переважна більшість працездатного населення (три суднобудівних заводи, Миколаївський глиноземний завод, "Наукововиробничий комплекс газотурбобудування "Зоря-Машпроект" тощо).

При цьому досить скромно (порівняно, наприклад, із сусідньою Одесою) розвинута культура й освіта. У цій сфері відсутні усталені традиції, що пояснюється історичними передумовами. По-перше, із 1789 р. Миколаїв розвивався як будівельна база Чорноморського флоту. Сюди в масовому порядку висилали на примусові роботи правопорушників. По-друге, Миколаїв до 1991 р. був закритим містом (як великий центр ВПК СРСР). По-третє, в останнє десятиріччя спостерігається масовий від'їзд наукових і технічних працівників до великих центрів (Київ, Одеса, Москва, Санкт-Петербург тощо), а також за кордон.

Стосовно політичної "орієнтації", то належність Миколаївської області до "червоного поясу" й сильні позиції лівих у регіоні ще донедавна були загальновідомими. Це підтвердили й результати парламентських виборів 2002 р., на яких Комуністична партія була одним із лідерів.

Крім того, Миколаїв має вікові традиції міжетнічних відносин. Сьогодні у цьому регіоні мешкає чимало різних національностей, серед яких — росіяни, болгары, румуни, вірмени, грузини, білоруси, курди, євреї, турки, поляки, німці, чехи та представники інших національностей.

Крім того, Миколаїв — російськомовний регіон. Відповідно політика активного впровадження ідей української державності та української мови негативно впливала на рівень довіри населення до ЗМІ.

Отже, комплекс чинників (від менталітету населення, соціально-економічної ситуації до політики органів влади) вплинув і на ринок засобів масової інформації, що склався у Миколаївському регіоні.

Власне, формування інформаційного суспільства — одна з провідних тенденцій сучасного соціального розвитку. Серед суспільних інститутів, які зазнають найбільших трансформацій, — засоби масової комунікації, що справляють помітний вплив на формування соціальних цінностей суспільства шляхом трансляції певної інформації. Особливої актуальності ця проблематика набуває у перехідних суспільствах, що характеризуються надзвичайною мінливістю та нестійкістю соціальних цінностей, уподобань й орієнтації [3, 3].

Якщо говорити про регіональні мас-медіа, зокрема й миколаївські, то варто спершу зазначити, що бурхливе збільшення кількості періодичних друкованих видань у Миколаївській області припало на кінець 80-х початок 90-х рр., коли було зареєстровано відразу кілька десятків нових видань (здебільшого в обласному центрі). На 1 жовтня 2004 р. Миколаївським обласним управлінням у справах преси та інформації Миколаївської обласної державної адміністрації було зареєстровано та перереєстровано 335 друкованих видань, серед яких 313 газет і 20 журналів. Із них систематично виходили лише 118. Загальний разовий тираж — 633,7 тис. примірників.

На сьогодні засновниками видань, що систематично виходять у світ, є:

Засновник	Кількість видань
Державні адміністрації, ради, трудові колективи редакцій газет	26
Державні установи та організації	9
Навчальні заклади	6
Творчі спілки, трудові колективи редакцій	6
Громадські організації	9
Політичні партії та рухи	5
Сільськогосподарські підприємства	2
Релігійні організації	6
Промислові підприємства та їх трудові колективи	7
Комерційні структури та фізичні особи	42

За тематичною спрямованістю в області систематично виходять 46 загальнополітичних видань, 26 ін-

формаційних, 16 рекламних, 5 із питань економіки та бізнесу, 4 релігійні, 4 наукових і науково-популярних, 4 для дозвілля, 3 для дітей, 2 навчальні, по 1 правових, медичних, спортивних, інших — 5.

Невеликий відсоток у Миколаєві наукових, дитячих і навчальних видань свідчить про неврахування наукових і освітніх потреб українських громадян, про недостатність інформаційного забезпечення розвитку науки та освіти.

За мовною ознакою видання розподіляються таким чином:

Мова	Кількість видань	Частка
Українська	26	22 %
Українська та російська	67	56,8 %
Російська	14	11,9 %
Українська, російська, англійська, французька, німецька та ін.	11	9,3 %

За підсумками передплати, насиченість пресою в Миколаївській області становить 1,32 примірника на одну сім'ю. Загальний тираж друкованих ЗМІ по області становить 625,9 тис. примірників.

Структура передплатних видань:

- газети та журнали України — 151,3 тис. прим.
- газети та журнали СНД — 2,3 тис. прим.
- місцева преса — 453,4 тис. прим.

Співвідношення інформаційної продукції до загального тиражу має такий вигляд:

- газети та журнали України — 23 %;
- газети та журнали СНД — 0,4 %;
- місцева преса — 72,6 %.

На початку 2005 р. було проведено "інвентаризацію" друкованих ЗМІ регіону, відповідно кількість видань змінилася. Так, станом на 1 січня 2005 р. Миколаївським обласним управлінням у справах преси та інформації Миколаївської обласної державної адміністрації було зареєстровано та перереєстровано 257 видань. Із них систематично виходять лише 119.

Щодо тиражу, то показник кількості примірників на одного жителя в Україні загалом та в Миколаєві значно нижчий від мінімального за світовими стандартами. За даними ЮНЕСКО, мінімальна кількість примірників періодичних друкованих видань на одного мешканця країни має становити 100. В Україні ж на початку XXI ст. цей показник не перевищував 60 примірників. Для порівняння: в СРСР наприкінці 80-х рр. на одну людину припадало майже 440 примірників (із них 95 — видавалося в Україні). Натомість у розвинутих державах на кожного мешканця припадає не менше 300 примірників друкованих періодичних видань; у Швеції та Японії, наприклад, — по 550.

Зменшення накладів друкованих ЗМІ зумовлено, головним чином, низьким попитом на друковані видання, спричиненим низькою платоспроможністю населення та відносно високою вартістю видань. Остання, у свою чергу, зумовлюється високими цінами на

папір і несприятливою податковою політикою в галузі видавничої діяльності.

Збільшення кількості найменувань друкованих видань при одночасному скороченні їх загального накладу створює суперечливу ситуацію в секторі друкованих ЗМІ. З одного боку, збільшення кількості найменувань газет і журналів сприяє розширенню джерел отримання інформації громадянами. З іншого — значне зниження накладів друкованих видань свідчить про все меншу доступність преси для мешканців України.

Найбільш масовою у Миколаєві є громадсько-політична російськомовна газета "Южная Правда" (головний редактор М. Стеценко), тижневий наклад якої сьогодні становить 90 тис. примірників. Газета виходить тричі на тиждень у форматі А2.

У минулому це видання було друкованим органом обкому КПУ. Сьогодні — це газета, засновником якої виступає трудовий колектив. Крім газети "Южная правда", редакція готує ще кілька видань: "Вестник Прибужья", "Щотижня", "Новое поколение", "Южная региональная газета". Загальний тираж за тиждень становить 117 тис. примірників.

"Южная правда" активно висвітлює державну політику, діяльність місцевих органів влади, перебіг реформ в АПК, відродження промисловості. Згідно з соціологічними даними, цільовою аудиторією газети є люди передпенсійного і пенсійного віку, а також керівники середньої та вищої ланок. Інтерес до цього видання пояснюється звичкою (більшість читачів випишують "ЮП" протягом багатьох років), а також наявністю значного обсягу офіційної інформації російською мовою.

"Вечерний Николаев" і "Рідне Прибужжя" (раніше — "Радянське Прибужжя") — це друковані органи Миколаївських міської та обласної рад відповідно. Ці газети були створені майже водночас — у 1990 р.

Основна тематична спрямованість газети "Рідне Прибужжя" (головний редактор Т. Одинцова) — життя рад, офіційна інформація органів влади, діяльність депутатів усіх рівнів, висвітлення міських і сільських проблем, публікація історичних і культурологічних матеріалів. Виходить тричі на тиждень українською мовою у форматі А2. Наклад — майже 11 тис. примірників.

Найбільш поширена тематика газети "Вечерний Николаев" (головний редактор В. Пучков) — діяльність міськради й депутатів, розвиток міста та його проблеми, молодіжна політика, культурне життя. Як і "Рідне Прибужжя", виходить тричі на тиждень, щоправда, російською мовою. Наклад — майже 8 тис. примірників, формат — А2.

"Николаевские новости" (головний редактор А. Білоножко) — єдина з масових миколаївських газет, заснована фізичними особами (журналісти А. Білоножко та О. Настенко). Виходить один раз на тиждень російською мовою накладом 11200 примірників у

форматі А2. Газета здебільшого орієнтується на публікації інформаційного характеру, де є місце як для подієвих новин, кримінального огляду, так і для культурологічних матеріалів. Крім того, як додаток до видання виходить єдина у місті спортивна газета.

Інші суспільно-політичні газети ("Крик", "Николаевский бизнес", "Партнер-інформ", "Новая Николаевская газета" тощо) займають відносно невеликі сегменти газетного ринку. Це пояснюється або явною заангажованістю цих видань, або вузькою спеціалізацією, або низькою якістю оформлення та змісту, або нетривалим часом видання й відсутністю коштів і матеріальної бази для подальшого розвитку.

До особливостей місцевого ринку можна віднести й те, що значна частина видань реалізується здебільшого вроздріб. За передплатою розповсюджуються тільки деякі газети, зокрема: "Южная Правда", "Вечерний Николаев", "Рідне Прибужжя", "Николаевские новости" та ін.

Щодо журналів, то найбільш знаними є "Горожанин", "Имена", "Студенческий дайджест". Проте значної популярності цей тип друкованих ЗМІ у Миколаєві не має. Щоправда, перші два журнали через професійне маркетингове рішення мають свого читача. Здебільшого це великі підприємства та окремі бізнесмени, які бажають "засвітитися" на сторінках місцевої преси, прорекламувавши тим самим свою справу.

У місцевих друкованих ЗМІ дуже мало інформації, яка б не стосувалася регіону. Тільки невелика частина видань при підготовці публікацій використовує інформацію з інтернету, при цьому перевага надається матеріалам розважального характеру. Інформацію суспільно-політичного напрямку здебільшого одержують через державне інформаційне агентство "УКРІНФОРМ".

У Миколаївській області на початку 2005 р. налічувалося 15 телерадіокомпаній, в обласному центрі — 7 (Миколаївська обласна державна телерадіокомпанія, ТК "Миколаїв", комунальна телекомпанія "МАРТ", "СТБ-Миколаїв", "НІС-ТВ", "Сатурн", "ТО-НІС"). Функціонують у Миколаєві й продакшн-студії (зокрема "Арт-юг"), філії та представництва загальнонаціональних каналів ("СТБ", "Новий канал", "ICTV", "Інтер"), три оператори кабельного телебачення ("Норма", "Краєвид" і МКТБ). Останні пропонують глядачам для перегляду продукцію мінімум 20 найпопулярніших каналів та охоплюють, судячи з соціологічних даних, майже 40 % населення обласного центру. Усе це дозволяє вважати рівень розвитку телемовлення в місті вищим за середній.

Проте лише три місцеві ТРК (ОДТРК, ТРК "МАРТ", "СТБ-Миколаїв") можуть претендувати на статус обласних, оскільки мають мережу ретрансляторів і здійснюють мовлення не тільки в Миколаєві, а й у деяких населених пунктах області, подекуди навіть охоплюючи частину Херсонської та Одеської областей.

Миколаївські ТРК, крім ретрансляції програм російського та європейського виробництва, виготовляють і власну оригінальну продукцію.

На тлі великої кількості телекомпаній досить несподіваним є той факт, що професійний рівень більшості місцевих телевізійних проектів відверто невисокий. Моніторинг місцевої телепродукції показує, що високим професійним рівнем відзначаються лише окремі проекти, які транслюються на телеканалах "СТБ-Миколаїв", "НІС-ТВ". Приміром, це:

– огляд кримінальних пригод "Крик" (ТРК "НІС-ТВ", регулярність виходу – 6 разів на тиждень, рейтинг – до 3 % аудиторії);

– програма новин "Вікна-Миколаїв" (ТРК "СТБ-Миколаїв", регулярність виходу – 3 рази на тиждень, рейтинг – до 25 %).

Інші інформаційні передачі мають значно нижчий рейтинг:

– "Телевізійні Новини Миколаївщини" (МОДТРК, 8 %);

– випуск новин "Об'єктив" (ТРК "НІС-ТВ", 3 %).

При цьому майже четверта частина всієї телевізійної аудиторії взагалі не є споживачами місцевих інформаційних програм, задовольняючи потреби в поточній інформації за допомогою українських загальнонаціональних телеканалів та інших джерел.

На думку деяких керівників (І. Шатура, ТРК "СТБ-Миколаїв"; Г. Задирко, ТРК "НІС-ТВ"), низка найбільш успішних та авторитетних місцевих телевізійних станцій, створення інформаційних програм високої якості – занадто дороге задоволення для Миколаєва, оскільки такі проекти є збитковими [2, 73–75]. Брак коштів гальмує розвиток місцевого телебачення. Доходи від реклами незначні. Крім того, рівень знімально-монтажної телетехніки (формат S-VHS, експлуатація не менше 5–7 років) дуже низький, що, у свою чергу, відбивається на рівні оформлення телеканалів і виконанні рекламної продукції (головним чином використовуються статичні заявки і телетекст).

Справжнім "провалом" на миколаївському ринку мас-медіа є радіо. У місцевому FM-ефірі працюють чотири радіостанції, ретрансляція яких здійснюється з Одеси, Києва, Львова та Москви ("Просто Радио", "Русское радио", "Радіо Люкс", "Радіо Мелодія" та ін.). Виробництвом же власної продукції, зокрема інформаційної, у Миколаєві ніхто не займається. Представники телекомпаній і структур, що мають проекти щодо здійснення радіомовлення в FM-ефірі (ТК "Норма", ТК "НІС-ТВ"), пояснюють ситуацію, що склалася, труднощами, пов'язаними з одержанням частот і ліцензій.

Єдиною станцією, яка здійснює в Миколаєві ефірне радіомовлення, є підрозділ державної облтелерадіокомпанії – радіо "Миколаїв". Однак більш-менш регулярно його програми слухають (за даними соціопитувань) не більше 5 % слухачів. Це зумовлено пе-

редусім тим, що радіоканал працює на частоті СВ, 1380 кГц, а понад 2/3 радіоприймачів місцевих мешканців – це апарати європейського та азіатського виробництва, що орієнтуються на прийом програм РМ-ефіру.

Набирає обертів й розвиток інтернет-журналістики. Так, в інтернеті Миколаїв налічує майже 200 "будівель" (точніше – 182), якщо рахувати веб-сторінки або сайти. У віртуальному Миколаєві є торгіві й виробничі підприємства, комп'ютерні фірми, бібліотеки, газети й навіть модельні агентства.

Сьогодні електронні версії у вигляді сайтів мають 5 газет, 2 журнали, 2 телекомпанії, 3 рекламно-інформаційні агентства, виходить одна інтернет-газета. Багато відомств мають власні сайти. Проте основна проблема миколаївських сайтів – це низька частота поновлення інформації.

Крім того, кілька років тому було створено інтернет-портал "Миколаївська міська рада". Ця робота проводилась у рамках реалізації проекту Світового Банку "Український портал розвитку", що впроваджується Асоціацією "Україна – розвиток через інтернет". Одним із завдань вищезазначеного проекту є сприяння розвитку регіональної демократії через використання сучасних технологій для більшої інформаційної відкритості місцевої влади. Портал містить інформацію про місто (його історію й сучасність), органи влади, промислову інфраструктуру та економічний потенціал, про інвестиційний клімат, політичні й громадські організації, особливості науки, освіти, культури, мистецтва, медицини, спорту тощо.

Слід зазначити, що цей проект унікальний за обсягом інформації, запропонованої користувачам інтернету (понад 140 інтернет-сторінок). Технічні характеристики його настільки великі, що ресурсної бази Миколаєва для нього недостатньо, тому інтернет-портал було запущено в березні 2003 р. з Києва.

1. *Белінська І. В.* Інформаційний простір Кіровоградщини // Наукові записки Інституту журналістики. – 2003. – Т. 11. – С. 11.

2. *Все про медіарегіони України* (в рамках проекту "Громадська експертиза. Свобода слова"). – К., 2000. – С. 73–75.

3. *Олексієнко Н.* Формування зовнішньополітичних орієнтацій суспільств перехідного періоду засобами масової комунікації (на прикладі України, Росії та Польщі): Дис... к. політ. н. – К., 2001. – С. 3.

4. *Словник іншомовних слів* / За ред. О. Мельничука. – К.: Гол. редакція УРЕ АН УРСР, 1975. – С. 574.

5. *У вересні 1937 року* було утворено Миколаївську область! // Бізнес-калейдоскоп. – 2002. – № 4 (28). – С. 3.

6. *Українська Радянська Енциклопедія.* – К.: УРЕ, 1982. – Т. 7. – С. 63.