

**СЕКЦІЯ: Актуальні виклики
регіональної журналістики**

**ПРЕСА ХМЕЛЬНИЧЧИНИ
ПЕРЕД АКТУАЛЬНИМИ ВИКЛИКАМИ**

Волковинський Олександр Сергійович,
доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри журналістики,
Кам'янець-Подільський національний університет
імені Івана Огієнка

Регіональні ЗМІ залишаються важливими чинниками у формуванні медійного і культурного простору в масштабах конкретних територіальних утворень. Загалом сучасна пресова журналістика переживає не найкращі часи. Та попри низку спільних тенденцій у кожному регіоні існують певні особливості.

Своєрідність функціонування ЗМІ Хмельниччини зумовлюється системою геополітичних, історичних, культурних та інших причин. Доречно одразу вказати на такі прикметні ознаки: Хмельницька область розташована як з'єднувальна чи перехідна ланка між західними і східними регіонами України. Соціальний склад населення Хмельницької області виглядає досить гармонійно. На 57,4 % міського населення припадає 42,6 сільського населення. Середній вік чоловічого населення становить 38,8 років, жіночого – 44,3. Люди пенсійного віку складають 32 % (див.: Паспорт області. URL: <https://km-oblrada.gov.ua/khmelnytsky-region/>). Ці обставини увиразнюють образ потенційного споживача пресового контенту і підкреслюють певну унікальність преси Хмельниччини в органічному поєднанні з характерними процесами, що відбуваються в сучасній світовій і українській пресі.

Найголовніший виклик для преси – падіння тиражів. До прикладу, обласна газета "Подільські вісті" (заснована у 1918 р.) у 2000-х роках мала тиражі в межах від 90000 до 120000 примірників. На початку 2016 р. тираж цього видання впав до 40000. Після

роздержавлення "Подільські вісті" перетворилися на тижневик. У 2019 р. тираж газети мав 18875 екземплярів. На сьогодні друкована версія "Подільських вістей" поширюється у кількості близько 14000 примірників.

Упродовж останніх п'яти років скорочувалося населення Хмельницької області. У 2017 р. в регіоні мешкало 1278183 особи, у 2018 р. – 1274409, у 2019 р. – 1254700, у 2020 р. – 1245700. Пропорційне співвідношення кількості жителів області і тиражів обласної газети є досить красномовним. У 2017 р. приблизно на 32 мешканців Хмельниччини припадав один номер "Подільських вістей", у 2019 р. один номер цієї газети припадав на 66 осіб, у 2021 р. – на 89 осіб. Можна легко пересвідчитися в тому, що друкованою версією обласної газети цікавляться все менше жителів Хмельниччини.

У місті обласного підпорядкування Кам'янці-Подільському і навколишніх територіальних громад залишилось лише дві газети – "Край Кам'янецький" (засновано в 1930 р.) і "Подільнин" (засновано в 1992 р.). Перша – колишня районна га-зета – у друкованій версії має 12 сторінок, з них лише 4 сторінки читачі отримують у кольорі. Щорічні кількісні втрати були посту-повими. Останніми роками відбулася така еволюція: 2015 р. – 3510 екземплярів, 2019 р. – 3100 екземплярів, 2021 р. – 3005 екземплярів. Менш стрімке падіння тиражу може пояснюватись сталими традиціями населення до споживання інформаційних продуктів у звичній формі, авторитетом видання, особливостями цільової аудиторії з відчутним переважанням людей похилого віку.

Газета "Подільнин" ще у недалекому минулому була потужним лідером серед міських і районних друкованих ЗМІ Хмельниччини. Темпи тижневих скорочень теж виглядають досить промовисто: 2016 р. – 11000 примірників, 2018 р. – 10500 примірників, 2019 р. – 8500 примірників, 2021 р. – 5200 примірників. Редакція може дозволити невелику "форматну розкіш" – з 20 сторінок газети лише 4 виходять у кольорі. Не рятує ситуацію доволі розвинута жанрова система друкованих матеріалів, привабливі колись рубрики "Програма телебачення", "Вітання, реклама", "Оголошення".

Не витримали жорстких умов нещодавно популярні друковані видання Кам'янецьчини. Упродовж 2015 – 2021 рр. припинили роботу газети "Кам'янець-Подільський вісник", "Ділове місто", "Фортеця". Перейшли виключно в онлайн-версії видання "Вечірній Кам'янець" і "Ключ".

В одному з північних районів Хмельницької області (на теренах Ізяславщини) функціонують також два друкованих періодичних видання: "Зоря Надгориння" (засновано в 1921 р.) і "Партнер" (засновано в 1997 р.). Перше видання – це районна громадсько-політична газета. Її тираж у 2019 р. становив 2350 екземплярів. У 2021 р. газета втратила декілька сотень примірників. Тираж перестав бути постійним. Так, номер за 1 квітня 2021 р. видруковано у 1920 екземплярів, за 8 квітня цього ж року – 1870 екземплярів. Чотири з восьми сторінок друкуються в кольорі. Це – перша, четверта, п'ята і остання сторінки номерів. Саме там розташовуються редакторські чи офіційні матеріали, вітання, реклама, оголошення.

Газета "Партнер" має статус обласного інформаційно-аналітичного тижневика. Поширюється в декількох районах Хмельницької області. Сумарний тираж за місяць на початку 2021 р. складає 20000 примірників. Тобто разовий тираж становить приблизно 5000 екземплярів. Це не може вважатися показником, яким виданню анонсованого рівня варто пишатися. Левову частину газетних шпальт займають різноманітна реклама, оголошення, програма ТБ. Відчувається спрямованість видання на щонайбільше залучення надходжень від реклами. Це – традиційна практика для більшості друкованих видань Хмельниччини. Проте така діяльність може обернутися для газет прикрими наслідками, оскільки в загальноукраїнських масштабах фіксується зменшення рекламного ринку. Марно сподіватись, що загально державні тенденції розвитку медійної реклами не торкнуться регіонів країни і зокрема – Хмельницької області.

Серед основних причин падіння тиражів газет Хмельниччини можна констатувати такі: скорочення населення області і перехід значної його частини до цифрових каналів отримання інформації. Та це – не вичерпні пояснення щодо труднощів, які не може

здолати преса Хмельницької області. Доречно наголосити на тому, що друковані видання цього регіону демонструють затяту консервативність. Колективи редакцій не сповідують політики активного фідбеку чи партисипації. Про масштабне і постійне залучення читачів до формування контенту газети майже не дбають. Також ігноруються тенденції до урізноманітнення конвергентних шляхів донесення інформації до реципієнтів. Ситуація погіршується ще й відсутністю партнерських стосунків до пресових видань з боку Укрпошти. Тому для вирішення актуальних викликів, перед якими знаходиться преса Хмельниччини, потрібно максимально мобілізувати весь наявний кадровий і технічний потенціал, вдаватися до креативних кроків задля суттєвої модернізації в налагодженні комунікації з читачами.