

РОЛЬ ПЕРІОДИЧНОГО ВИДАННЯ (ГАЗЕТИ) У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі порушується проблема ролі газети (періодичного видання) у сучасному українському суспільстві. Здійснюється оцінка реального існування даної проблеми, її сутності та значення на основі різноманітних соціологічних досліджень. Запропоновано напрямок та спосіб вирішення проблемної ситуації.

Ключові слова: газета, Інтернет, інформація, читання, друкована преса, новини, молодь, дослідження.

Abstract

In this paper, rises the problem of the role of Newspapers (periodicals) in the modern Ukrainian society. The evaluation of the real existence of the problem, its essence and values on the basis of various sociological research. The proposed course and the way to solve a problem situation.

Keywords: newspaper, Internet, information, reading, print media, news, youth, research.

Вступ

Газета – основний вид періодичного видання, що виходить через певні невеликі проміжки часу, яке містить офіційні матеріали, оперативну інформацію та статті з актуальних суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературні твори та рекламу. Суттєвий вплив на неї чинить динамізм процесів суспільного життя. Предметом газетної інформації являються поточні події та факти. Вона забезпечує неперервність інформування про події, які відбуваються. Газети активно використовуються для обслуговування читачів з різним рівнем освіти, фахом, віком та соціальними статусом. Універсальна функція цих видань та інші специфічні ознаки, які відрізняють їх від інших видів друкованої продукції, спроможні задовольнити багатогранні інформаційні, наукові та інші потреби читачів [1].

У джерельній базі нової та новітньої історії України провідне місце займають періодичні видання, основними різновидами яких є газети. Їх специфічною рисою, як джерела, є комплексний, синтетичний характер: у них представлено багато форм інформації (документальна, поточно-хронологічна, особового характеру тощо). Преса характеризується також оперативністю подання інформації про події, безпосередністю відображення останніх, що підвищує її джерельну цінність. Практика публікації на сторінках газет і журналів офіційних матеріалів – постанов органів державної влади, документів політичних партій та громадських організацій – перетворює пресу на своєрідну скарбницю джерел епохи, які різнопланово висвітлюють події [2].

В умовах сьогодення існує широко поширена думка, що періодичні видання уже не популярні, адже знайти усе необхідне можна в мережі Інтернет, або через радіо чи телебачення, особливо це стосується сучасної молоді, яка більшість свого часу знаходиться у віртуальному світі. При цьому важливим є те, що за останні роки ціна на друковані періодичні видання істотно зросла і це змушує людей шукати більш дешеві альтернативні шляхи отримання необхідної інформації. Така ситуація очевидно є значною проблемою подальшого існування періодичних видань в їх класичному розумінні. Цей світ вирує змінами, позначений глибокими конфліктами, напругами та суспільними розколами, як і руйнівним впливом сучасної технології на навколишнє середовище. Проте, ми спроможні контролювати свою долю і змінювати кожен своє життя, сподіваючись на краще, чого попередні покоління навіть уявити собі не могли [3].

Основна частина

Досліджень з метою отримання соціологічної оцінки періодичних видань було проведено досить багато. Зокрема згідно з результатами досліджень компанії TNS Україна, якщо в кінці 2007-го – на

початку 2008 року середній українець проводив 217 хвилин за читанням газет і журналів, то наприкінці 2010-го – початку 2011 року ця цифра зменшилася до 167 хвилин, тобто на 25% менше.

За словами керівника департаменту постійних та медіа досліджень TNS Україна Ганни Добривечір, щотижневе охоплення друкованої преси за цей же період скоротилося на 13%. При цьому за три роки збільшилася сума, яку українці витрачають на друковані джерела інформації. На початку 2008 року на одного українця припадало 20 гривень, витрачених на газети. У 2011 році цей показник збільшився до 29 гривень. Головна причина – істотне подорожчання друкованого слова в останній час. Розподіл цільової аудиторії друкованих ЗМІ залишається практично стабільним. В Україні лідирують видання загального змісту, TV-гіди і жіночі газети. Кожен з цих сегментів займає близько 25% ринку.

Сегмент ділової преси залишається незначним – 3%. За даними TNS Україна, типовий читач ділових ЗМІ витрачає на їх придбання 47 гривень у місяць, що на 11 гривень більше, ніж три роки тому. Найбільш популярними темами на сторінках ЗМІ залишаються політичні події в Україні та світі, міські новини та події. Питання економіки, бізнесу і фінансів цікавлять менше 20% населення України. Загалом з кожним роком українці витрачають все менше часу на читання друкованих газет і журналів, натомість збільшується час, проведений на Інтернет-ресурсах [4].

За даними досліджень рекламного агентства ARR («Agency of Real Results» – Агентство Реальних Результатів), проведених у березні-квітні 2015 року, 68% жителів України читають газети. Це на 9% більше, ніж кількість регулярних користувачів Інтернету – 59% по країні (дані Інтернет Асоціації України, 5/2015).

Понад 70% українців регулярно, кілька разів на тиждень, витрачають гроші на покупку газет – їм подобається зміст видання, подобається тримати в руках газету. Відданість українців до друкованого слова можна пояснити. Інтернет-експансія дала можливість будь-кому стати автором.

За інформацією агентства, перетворившись на доступне і демократичне середовище, Інтернет дещо втратив об'єктивність і професіоналізм. ARR стверджує, що преса намагається дотримуватися професійних стандартів – перевіряти факти, уникати тенденційності та емоційності, і, поступаючись в оперативності Інтернету, виграє вваженістю позиції і якістю інформації. За даними ARR, більше половини респондентів, довіряють локальним друкованим виданням. ARR заявляє, що у Вінниці «прихильників» таких видань – 96%, вони читають газети від одного до декількох разів на тиждень. У Дніпропетровську, Миколаєві та Києві – 79% тих, хто читають друковані ЗМІ, в Івано-Франківську – 77%, в Луцьку та Кіровограді – 92% [5].

Педагоги у свою чергу констатують, що молоді люди дуже мало читають і їм стає все складніше викладати свої думки. «У них абсолютно немає розуміння, що читати просто необхідно. У результаті суспільство стає дебільним. І це дуже сумно», – констатує екс-ректор і почесний президент Києво-Могилянської академії В'ячеслав Брюховецький.

За даними Інституту Горшеніна, дійсними на 2016 рік, 70,2% молодих українців вважають за краще проводити дозвілля, спілкуючись з друзями, 42,6% – граючи в комп'ютерні ігри, сидячи в Інтернеті і слухаючи музику. 35,8% вважають за краще займатися домашніми справами. І тільки 18,6% призналися, що у вільний час беруть в руки книгу, газети або журнали [6].

Висновки

Таким чином, існує проблемна ситуація, яка полягає у тому, що люди все менше читають газет (періодичних видань) для отримання інформації, а більше уваги і часу приділяють Інтернет-джерелам. Але такі вимоги сучасного високотехнологічного світу... Значно більша проблема полягає у тому, що українська молодь дуже мало читає, зокрема газет та журналів. Через це їй надзвичайно важко навчати, вона гальмує у процесі інтелектуального росту. Ставлення до читання майже повністю залежить від рівня розвитку, який було отримано в дитинстві. Щоб вирішити цю проблему, батькам і вчителям потрібно намагатися привертати молодь до читання книг, журналів, газет ще з раннього віку.

Так, залучення до читання – завдання важке і не виконується за принципом «раз, та і гаразд». Воно потребує спеціально виділеного ресурсу часу, неординарних зусиль і бажання бібліотек разом із школою, батьками, ЗМІ тощо виправити ситуацію, що склалася.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Палеха Ю. І. Загальне документознавство : навч. посіб. / Ю. І. Палеха, Н. О. Леміш. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Київ : Ліра-К, 2009. – 434 с.
2. Калакура Я. С. Историчне джерелознавство : підручник для студ. вищих навч. закладів / Я. С. Калакура, І. Н. Войцехівська, С. Ф. Павленко та ін. – К. : Либідь, 2003. – 488 с.
3. Слободянюк А. В. Значення соціології як науки та навчальної дисципліни в сучасному українському суспільстві // Вісник «ВП». – 2011. – №1. – С. 16-20.
4. Українці читають все менше газет і журналів [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Режим доступу: http://www.volynnews.com/news/society/ukrayintsi_chytayut_vse_menshe_hazet_i_zhurnaliv/ (дата звернення 18.02.17). – Назва з екрана.
5. 68% жителів України читають друковані ЗМІ – дослідження рекламного агентства ARR [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Режим доступу: <http://ru.telekritika.ua/rinok/2015-08-10/109969> (дата звернення 18.02.17). – Назва з екрана.
6. Українці читають книги найменше у Європі [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Режим доступу: <http://tsn.ua/ukrayina/ukrayinci-chitayut-knigi-naymenshe-u-yevropi.html> (дата звернення 18.02.17). – Назва з екрана.

Анатолій Володимирович Слободянюк – к. соц. н., доцент кафедри суспільно-політичних наук, науковий керівник лабораторії соціологічних досліджень Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Крекотень Євген Геннадійович – студент групи РАМ–14б, Факультет інфокомунікацій, радіоелектроніки та наносистем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ra14b.krekoten@gmail.com.

Slobodyanyuk Anatoly V. - PhD in Sociology, assistant professor of social and political sciences, scientific director of the laboratory of sociological researches Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Krekoten Evgeniy G. – Faculty of Infocommunications, Electronics and Nanosystems, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.