

Ігор Паславський

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул. Чупринки, 49, Львів

Ihor.Paslavskyi@lnu.edu.ua

ORCID: 0000-0002-7620-0071

УКРАЇНСЬКА ПЕРІОДИКА: ВИКЛИКИ ВОЄННОГО ЧАСУ

© Паславський І., 2023

Проаналізовано функціонування друкованих засобів масової інформації – місцевих періодичних видань, обласної преси та всеукраїнських газет і журналів у перший період повномасштабної російської збройної агресії. Виокремлено три групи періодики. *Місцеві видання, що повністю перестали виходити у світ*, і на невизначений час припинили ведення медійного бізнесу. *Газети, що тимчасово згорнули інформаційну діяльність*, змінили локацію редакції і поновили за відносно короткий термін вихід у світ в онлайн-форматі. Зберегли медійний бренд та налагодили комунікацію з аудиторією. *Періодичні видання з місцем постійної дислокації на підконтрольній Українській державі території*, які переорієнтувались відповідно до умов воєнного часу, оперативно відреагували на підвищення вартості паперу, порушення логістичних зв'язків, на виклики, пов'язані із придбанням комплектуючих і розхідних поліграфічних матеріалів тощо.

Відчутним викликом для періодики стало раптове і майже тотальне припинення надходжень від рекламної продукції. Локальна преса і видання обласного та всеукраїнського рівнів переорієнтували інформаційний контент на військову тематику, у перших номерах обрали депресивний ракурс її висвітлення. Уже від третього–четвертого номера газети та журналу контент друкованих видань зазнав кардинальних змін, тематика виступів значно розширилась. Змістовність, цікавість та інформаційна насиченість публікацій знову задомінували в періодиці, а інформаційні, аналітичні та експертні журналістські матеріали наповнились змістом героїчного спротиву та обнадійливого перебігу подій на основному театрі воєнних дій.

Більшість українських періодичних видань у перший рік війни втримались на інформаційному ринку, адаптувались до його викликів та продовжують надавати суспільству виважену, перевірену, достовірну інформацію про ситуацію в країні та на фронті. Стійкість редакційних колективів у воєнний час виявилась вищою за очікування медійних експертів.

Ключові слова: засоби масової інформації, періодичні видання, газети, журнали, місцева, обласна та всеукраїнська преса, преса воєнного часу, повномасштабна агресія Росії, війна.

Вступ. Періодичні видання сфокусовано орієнтовані на реципієнта і за екстремальних ситуацій, якими є воєнні події, зберігають найвищий рівень довіри, виступають дієвим важелем впливу на громадську думку реципієнтів та суспільну свідомість.

Постановка проблеми. Редакційні колективи друкованих видань у воєнний час оперативно адаптувались до нових медійних реалій і намагались сповна задовільнити інформаційні потреби своєї аудиторії. Більшості із них це вдалось впровадити в реальність сповна, що і вимагає теоретичного та аналітичного окреслення та узагальнення.

На теренах країни, які розташовані в “глибокому тилу”, на яких не велися активні бойові дії преса також не змогла функціонувати в звичному режимі, але коло її викликів було значно меншим. Лише незначна кількість творчих працівників залишили редакції та виїхали за кордон. Згодом більшість із них повернулася на рідні терени і приступили до творчої медійної праці, а ті поодинокі, які в силу об’єктивних обставин поповнили ряди біженців, почали працювати із редакціями у дистанційному режимі, регулярно інформуючи про життя українців у статусі офіційних біженців чи осіб, яким європейські країни надали прихисток та дозвіл на працевлаштування.

Вихід у світ авторитетних видань був у перші найтривожніші дні та тижні війни неабияким фактором стабільності та психологічного розвантаження для широкої громадської аудиторії. Приватні розповсюджувачі періодики констатували, що навіть ті особи, які ніколи не купували у них свіжих номерів газет та журналів, цікавились, чи вийшов свіжий номер газети “Високий Замок” і з вираженим вдовolenням констатували, що “Експрес” також виходить.

Перші воєнні номери, зокрема провідних львівських видань, не мали особливого попиту серед читачів, їх навіть у роздріб не дуже охоче купували постійні реципієнти. І це стало черговим викликом для пресового сегменту медійників, досвід та професіоналізм яких сумніву не викликав. У мирний, чи відносно мирний час, якщо брати до уваги, що країна з більшим чи меншим рівнем інтенсивності перебуває в стані реальної війни від 2014 року. Але, як з’ясувалося, одна річ, коли гаряча стадія війни розгортається за сотні чи тисячі кілометрів, а зовсім інша, коли за добу двічі чи тричі оголошують повітряні тривоги і періодично ворожими ракетами вражають військові об’єкти та інфраструктурні підрозділи, що забезпечують життєдіяльність у мільйонних містах.

У перших номерах періодики тема війни була наскрізною – від першої до останньої шпальти. У різних проявах та щораз жакливіших ракурсах вона безроздільно заповнила всю газету. Друковані видання природньо поступалися іншим засобам масової інформації в оперативності, а через форс-мажор втратили аналітичність і глибину розкриття проблеми. Пропрацювати актуальну проблему до визначальних її тонкощів виявилось непосильним завданням, бо події розвивалися стрімко, динамічно, з таким валом, що те, що ще вчора здавалось вкрай важливим, вже нині втрачало сенс. Суспільство відчувало втому від перенасичення воєнною інформацією, отримало на неї своєрідну оскомину. Друковані видання одномоментно втратили фактор цікавості в інформаційних повідомленнях; панорамності, важливості й свіжості в тематичному спектрі публікацій.

Провідні друковані видання докорінно змінили контент орієнтовно з третього – четвертого “воєнного” номера, передовсім змінивши ритм публікацій із тривожно-панічного на виважено-прагматичний, обнадійливий. Підставою, очевидно, слугували події на фронті: Збройні сили України давали гідну відсіч агресору на всіх напрямках. Чинили стійкий супротив на найважливіших театрах ведення бойових дій або організовано залишили окремі території, щоби перейти на краще укріплені позиції, зберегти людські ресурси та сповна використати тактику паузи для поновлення боєздатності. Українське військо у жодному випадку не покидало бойових позицій в хаосі, не було оточене ворогом, а відтак, не опинилося в котлі. Українські вояки ні масово, ні організовано на рівні окремих підрозділів не здавались у полон добровільно. Навіть захисники Маріуполя, мужністю, героїзмом та стійкістю яких не перестає захоплюватися цивілізований світ, закріпившись на Азов-сталі, погодились скласти зброю лише після досягнення домовленостей на міжнародному рівні за посередництва Туреччини.

На думку С. Костя, “тема війни – одна з вічних тем не лише літератури, а й журналістики” [8, с. 302]. Вона затребувана завжди, особливо у воєнний час. Медійники почали сміливіше надавати газетно-журнальні шпальти авторитетним військовим експертам – Петрові Чернику, Романові Бочкалі, Олегові Жданову. В авторських публікаціях надавати можливість висвітлювати політичну, воєнну, економічну ситуацію політичним оглядачам та чинним політикам із профільних комітетів вищого законодавчого органу країни, а також колишнім військовопосадовцям – генералам та адміралам.

Друковані видання переорієнтувались на значно ширшу тематику публікацій. Тема війни, подій на фронті та в прифронтових містах та селищах залишилась топовою, визначальною. Але змістились акценти її висвітлення – друковані ЗМІ вже не змагаються в оперативності висвітлення подій, а зосередились на цьому їх сегменті та ракурсі, які залишаються поза увагою електронних ЗМІ та інтернет-видань. У загальнополітичних виданнях з'явилися уже традиційні публікації на спортівну, медичну, культурологічну тематику, повернулись на газетні шпальти внутрішня та зовнішня політика, почали висвітлювати і нагальні соціальні проблеми. Газети і журнали повернули собі статус надійного, цікавого й насиченого джерела важливої інформації, перевіреної та виваженої медійної структури.

Як зазначає Наталія Данькова із “Детектора медіа”, українська періодика у перші місяці втрималась на інформаційному ринку, бо системно й раціонально прагнула зберегти на ньому позиції. Одеські видання навіть практикували випуск спільних номерів. Газети і журнали “худнуть”, купують папір у Бельгії та Фінляндії, сподіваються на гранти, переходять в онлайн та соцмережі – словом, попри все намагаються втриматися на ринку” [4].

Висновки

1. Українська газетно-журнальна періодика у перші дні війни отримала виклики, які обумовили воєнний алгоритм її діяльності.
2. Російська збройна агресія детермінувала виокремлення трьох основних груп періодичних видань: 1) ті, що повністю призупинили вихід у світ і на невизначений час повністю згорнули діяльність; 2) ті, що припинили вихід у світ на нетривалий час, у межах кількох тижнів, відмовились від паперового формату, а згодом зорганізувались і поновили видання газети в онлайн-форматі; 3) найчисельніша група – ті, що продукувались на підконтрольних Українській державі території. Вони сконцентрувались на воєнній тематиці. Окремі настільки, що більше уподібнювались до бойових листків.
3. Всі види ЗМІ, а друковані сповна, відчули повну і одночасну втрату надходжень коштів від реклами.
4. Друкованим ЗМІ у фронтових та прифронтових регіонах своєчасно та адресно надавалась донорська та спонсорська допомога від українських та зарубіжних фондів, бізнесових структур та підприємців.
5. Друковані видання продемонстрували стійкість у збереженні своєї діяльності на медійному ринку. Окремі перейшли в онлайн. Повністю припинило вихід у світ за перший рік війни значно менше видань, ніж прогнозували українські експерти.

Перспективи подальших досліджень. Тема публікації зберігає актуальність, зважаючи на гарячу фазу війни, що триває вже майже 400 діб і ще далека від завершення, а відтак на ЗМІ чекають нові виклики, які детерміновані затяжними економічними та фінансовими невітшніми процесами в країні, що бореться за незалежність, суверенітет та територіальну цілісність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Блог Дмитра Тузова // Українська правда. URL : <https://blogs.pravda.com.ua/authors/tuzov/>.
2. Військова преса України / С. І. Горевалов, О. В. Богуславський, Ю. А. Романишин. Запоріжжя, 2004. 480 с.
3. Гончаренко Т. Богдана Стельмах, Волинський пресклуб: “Локальні видання тримаються з останніх сил” // Детектор медіа. 2022. 22 липня. URL :<https://detector.media/community/article/201196/2022-07-22-bogdana-stelmakh-volynskyy-presklub-lokalni-vydannya-trymayutsya-z-ostannikh-syl/>.
4. Данькова Н. Як виживають газети і журнали під час війни. Сім історій із різних кінців України // Детектор медіа. 2022. 28 травня. URL :<https://detector.media/rinok/article/199558/2022-05-28-yak-vyzhyvayut-gazety-i-zhurnaly-pid-chas-viyny-sim-istoriy-iz-riznykh-kintsiv-ukrainy/>.
5. Детектор медіа. URL :<https://detector.media>.

6. Жугай В. Висвітлення російсько-української війни 2022 року у ЗМІ // Європейський вибір України, розвиток науки та національна безпека в реаліях масштабної військової агресії та глобальних викликів ХХІ століття (до 25-річчя Національного університету “Одеська юридична академія” та 175-річчя Одеської школи права) : у 2 т. : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 17 червня 2022 р.) / за заг. ред. С. В. Ківалова. Одеса : Видавничий дім “Гельветика”, 2022. Т. 1. С. 847–851.
7. Кость С. А. Історія української військової преси. Львів, 2018. 340 с.
8. Кость С. Журналістика і війна. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 414 с.
9. Курилишин К. Україномовна легальна періодика часів нацистської окупації (1939–1944) : дис... канд. іст. наук: 07.00.01 / К. М. Курилишин ; НАН України, Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича, Інститут народознавства. Львів, 2008. 223 с.
10. “Після війни журналісти стануть “четвертою владою”” – Олександр Бурмагін // Детектор медіа. 24 вересня 2022 року. URL : <https://detector.media/infospace/article/203114/2022-09-24-pislya-viyny-zhurnalisty-stanut-chetvertoyu-vladoyu-oleksandr-burmagin/>.
11. Погорелов О. Війна та місцеві медіа: три важливі зміни // Детектор медіа. 24 червня 2022 року. URL : <https://detector.media/blogs/article/200428/2022-06-24-viyna-ta-mistsevi-media-try-vazhlyvi-zminy/>.
12. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності. Київ : Yokaboo Publishing, 2020. С. 11.
13. Романишин Ю. Видавнича та публіцистична діяльність ОУН і УПА на західноукраїнських землях (40–50-і роки ХХ ст.) : дис... канд. іст. наук: 07.00.01 / Романишин Юрій Олександрович ; Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2004. 229 с.
14. Романчук О. Не бійсь. Не зраджуй. Не мовчи: публіцистика воєнного часу. Львів : Універсум, 2022. 904 с.
15. Сидоренко Н. Українська таборова преса першої половини ХХ століття: проблеми національно-духовного самоствердження : дис... д-ра філол. наук: 10.01.08 / Сидоренко Наталія Миколаївна ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2000. 425 с.
16. Чернецька С. Отар Довженко: Усі ЗМІ, які доживуть до кінця 2022 року, заслуговують на медаль // Детектор медіа. 13 вересня 2022 року. URL : <https://go.detector.media/otar-dovzhenko-usi-zmi-yaki-dozhivut-dokintsya-2022-roku-zaslugovuyut-na-medal/>.
17. Як медіа виживати, працювати та надавати інформацію в часи війни: у Києві стартувала медійна конференція // Детектор медіа. 5 серпня 2022. URL : <https://detector.media/community/article/201651/2022-08-05-yak-media-vyzhyvaty-pratsyuvaty-ta-nadavaty-informatsiyu-v-chasy-viyny-u-kyievi-startuvala-mediyna-konferentsiya/>.

REFERENCES

1. Bloh Dmytra Tuzova. (2022). *Ukrainska pravda*. URL : <https://blogs.pravda.com.ua/authors/tuzov/>.
2. Horevalov S., Bohuslavskiy O., Romanyshyn Yu. (2004). *Viiskova presa Ukrainy*. [Military press of Ukraine]. Zaporizhzhia, 2004. 480 s.
3. Honcharenko T. (2022) Bohdana Stelmakh, Volynskiy presklub: “Lokalni vydannia trymaiutsia z ostannikh syl”. [Local publications are holding on with their last strength]. *Detektor media*. 22 lypnia. URL : <https://detector.media/community/article/201196/2022-07-22-bogdana-stelmakh-volynskyy-presklub-lokalni-vydannya-trymayutsya-z-ostannikh-syl/>.
4. Dankova N. (2022). *Yak vyzhyvaiut hazety i zhurnaly pid chas viiny*. Sim istorii iz riznykh kintsiv Ukrainy. [How newspapers and magazines survive during the war. Seven stories from different parts of Ukraine]. *Detektor media*. 28 traven. URL : <https://detector.media/rinok/article/199558/2022-05-28-yak-vyzhyvayut-gazety-i-zhurnaly-pid-chas-viyny-sim-istoriy-iz-riznykh-kintsiv-ukrainy/>.
5. *Detektor media*. URL : <https://detector.media>.
6. Zhuhai V. (2022). *Vysvitlennia rosiisko-ukrainskoi viiny 2022 roku u ZMI*. [Media coverage of the Russian-Ukrainian war of 2022]. *Yevropeyskyi vybir Ukrainy, rozvytok nauky ta natsionalna bezpeka v realiakh masshtabnoi viiskovoi ahresii ta hlobalnykh vyklykiv KhKhI stolittia (do 25-richchia Natsionalnoho universytetu “Odeska yurydychna akademiia” ta 175-richchia Odeskoi shkoly prava)*. [The European choice of Ukraine, the development of science and national security in the realities of large-scale military aggression and global challenges of the 21st century (to the 25th anniversary of the National University “Odesa Law Academy” and the 175th anniversary of the Odesa Law School)] : u 2 t. : mater. Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Odesa, 17 chervnia 2022 r.). Odesa : Vydavnychiy dim “Helvetyka”, 2022, T. 1. P. 847–851.
7. Kost S. (2018). *Istoriia ukrainskoi viiskovoi presy*. [History of the Ukrainian military press]. Lviv. 340 s.
8. Kost S. (2018). *Zhurnalistyka i viina*. [Journalism and war]. Lviv : LNU imeni. Ivana Franka. 414 s.

9. Kurylyshyn K. (2008). Ukrainomovna lehalna periodyka chasiv natsystskoi okupatsii (1939–1944). [Ukrainian-language legal periodicals during the Nazi occupation (1939–1944)] : dys... kand. ist. nauk: 07.00.01. Lviv. 223 p.
10. “Pislia viiny zhurnalisty stanut “chetvertoiu vladoiu””. [“After the war, journalists will become the “fourth power””]. Oleksandr Burmahin. Detektor media. 24 veresnia 2022. URL : <https://detector.media/infospace/article/203114/2022-09-24-pislya-viiny-zhurnalisty-stant-chetvertoyu-vladoyu-oleksandr-burmahin/>.
11. Pohorelov O. (2022). Viina ta mistsevi media: try vazhlyvi zminy. [War and local media: three important changes]. Detektor media. 24 chervnia. URL : <https://detector.media/blogs/article/200428/2022-06-24-viyna-ta-mistsevi-media-try-vazhlyvi-zminy/>.
12. Pomerantsev P. (2020). Tse ne propahanda. Podorozh na viinu proty realnosti. [This is not propaganda. A journey to war against reality]. Kyiv : Yokaboo Publishing. P. 11.
13. Romanyshyn Yu. (2004). Vydavnycha ta publitsystychna diialnist OUN i UPA na zakhidnoukrainskykh zemliakh (40–50-i roky KhKh st.). [Publishing and journalistic activity of the Organization of Ukrainian nationalists and the Organization of Ukrainian nationalists in Western Ukrainian lands (40-the 50s of the XX century)] : dys... kand. ist. nauk: 07.00.01. Lviv. 229 p.
14. Romanchuk O. (2022). Ne biis. Ne zradzhui. Ne movchy: publitsystyka voiennoho chasu [Don't betray. Don't be silent: wartime journalism]. Lviv : Universum. 904 p.
15. Sydorenko N. (2000). Ukrainska taborova presa pershoi polovyny KhKh stolittia: problemy natsionalno-dukhnovnoho samostverdzhennia. [Ukrainian camp press of the first half of the 20th century: problems of national and spiritual self-affirmation] : dys... d-ra filol. nauk: 10.01.08. Kyiv. 425 p.
16. Chernetska S. (2022). Otar Dovzhenko: Usi ZMI, yaki dozhyvut do kintsia 2022 roku, zasluhovuiut na medal. [All media that survive until the end of 2022 deserve a medal]. Detektor media. 13 veresnia. URL : <https://go.detector.media/otar-dovzhenko-usi-zmi-yaki-dozhyvut-do-kintsia-2022-roku-zaslugovuyut-na-medal/>.
17. Iak media vyzhyvaty, pratsiuvaty ta nadavaty informatsiiu v chasy viiny: u Kyievi startovala mediina konferentsiia. [How the media can survive, work and provide information in times of war: a media conference has started in Kyiv]. Detektor media. 5 serpnia. URL : <https://detector.media/community/article/201651/2022-08-05-yak-media-vyzhyvaty-pratsiuvaty-ta-nadavaty-informatsiyu-v-chasy-viiny-u-kyievi-startovala-mediyna-konferentsiya/>.

Ihor Paslavskyy

UKRAINIAN PERIODICALS: WARTIME CHALLENGES

The article analyzes the functioning of printed mass media – local periodicals, regional press, and all-Ukrainian newspapers and magazines during the first period of full-scale Russian invasion. Three groups of periodicals are distinguished. Local publications that have stopped publishing and stopped media business for an indefinite period of time. Newspapers that temporarily closed their activities changed the location of the editorial office and resumed publication in an online format in a relatively short period of time. Accordingly, the media preserved and established the communication with the audience. Periodicals with a place of permanent deployment in the territory under the control of the Ukrainian state reoriented themselves in accordance with the conditions of wartime, promptly reacted to the increase in the cost of paper, the disruption of logistical connections, to challenges related to the acquisition of components and consumable printing materials, etc.

The sudden and almost total cessation of income from advertising products have become a challenge for periodicals. The local press and publications at the regional and all-Ukrainian levels reoriented informational content on military topics, in the first issues they chose a depressing angle for its coverage. The content of the printed editions underwent drastic changes from the third or fourth issue of the newspaper and magazine, and the topics of the speeches expanded significantly. The content and information have become informative, analytical and other saturation of publications again dominated the periodicals about heroic resistance and the encouraging course of events in the main theater of military operations.

In the first year of the war, most Ukrainian periodicals held their own in the information market, adapted to its challenges and continue providing society with balanced, verified, reliable information about the situation in the country and at the front. The stability of editorial teams during the war turned out to be higher than the expectations of the expert media environment.

Key words: mass media, periodicals, newspapers, magazines, local, regional and all-Ukrainian press, wartime press, full-scale Russian invasion, war.