

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-516-7-10>

SUCCESS STORIES IN THE LOCAL MEDIA (ON THE EXAMPLE OF THE INTERNET PUBLICATION «MOLODY BUKOVYNETS»)

ІСТОРІЇ УСПІХУ В ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «МОЛОДИЙ БУКОВИНЕЦЬ»)

Koshman I. M.

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Pedagogy, Ukrainian Philology
and Journalism
Volodymyr Dahl Eastern Ukrainian
National University
Kyiv, Ukraine*

Кошман І. М.

*кандидат філологічних наук,
доцентка,
доцентка кафедри педагогіки,
української філології
та журналістики
Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Дала
м. Київ, Україна*

Розглядаючи специфічні функції локальних медіа, О. Іванова, О. Мойсєєва, Н. Стеблина виділяють функцію простору для позитивних новин. Вони підкреслюють, що «місцеві ЗМІ є хронікером життя кожного із членів громади. Вони пишуть про досягнення місцевих жителів, про визначні події – і таким чином мешканці міста чи села дізнаються один про одного» [1, с. 118]. С. М. Матвієнків, перелічуючи функції локальних медіа, посилається на працю Й. Кемпа-Ментрак. Серед виокремлених специфічних функцій – функція мотивації, що передбачає спонукання мешканців до різних видів діяльності, та функція соціалізації, що реалізується як надання зразків поведінки й навчання позитивним цінностям [2, с. 83].

Про важливість введення в інформаційний простір позитивної інформації йдеться в рамках конструктивної журналістики. Конструктивна журналістика визначається як напрям в сучасній журналістиці, орієнтований на інформування про позитивні події, вирішення нагальних проблем і надання відповідей на складні питання [3]. На думку О. Голуб, маркерами конструктивної журналістики є якість; актуальність; наявність експертного оцінювання; акцентування не на негативі, а розв'язанні складної ситуації; надання порад і рекомендацій; неможливість шкоди для аудиторії [3].

В науковому дискурсі вже з'являються рефлексії щодо аналізу журналістських матеріалів за критерієм конструктивності. Наприклад, у роботі Н. М. Фенько аналізуються матеріали кропивницьких онлайн-видань і виокремлюється частка матеріалів, що відповідають вимогам

конструктивності й пропонують способи розв'язання складних ситуацій [4]. Авторка робить висновок про те, що наявність позитивного контенту в регіональних ЗМІ вказує на його життєздатність [4, с. 235].

Локальне видання «Молодий буковинець» (МБ) зазначене на Mapі рекомендованих видань, що була створена Інститутом масової інформації та «Детектор-медіа» за 14 індикаторами оцінки незалежності та репутації видань [5]. За даними рейтингу контент-маркетингової платформи Ptnews.io, МБ є найвідвідуванішим сайтом за кількістю переглядів сторінок за дев'ять місяців 2023 року – 7,1 млн. переглядів [6]. Серед цілей видання, що маніфестовані в редакційній політиці, зазначені просвітницька діяльність для людей різного віку та представлення й захист соціальних, економічних, культурних та інших інтересів різноманітних спільнот Чернівецької області та всієї України [7].



В термін з 1 січня 2024 р. по 20 грудня 2024 р. в рубриці «Історії успіху» інтернет-видання презентує 14 матеріалів. Вони представлені в трьох жанрових формах – розширена новина, інтерв'ю та фіче (див. діаграма 1).

Два матеріали – «Змінити правила ринку, щоб кожен українець міг їздити на сучасному авто за доступною ціною»: історія успіху автосалону *American Wheels* (14.05.2024) і «Якщо ти робиш добре – перед тобою відкриті всі двері»: забудовник Костянтин Земляний розповів, що є запорукою успішного бізнесу (19.11.2024) мають відповідно маркування «На правах реклами» та «Реклама».

В абсолютній більшості матеріалів (13) йдеться про мешканців різних громад Чернівецької області, тільки один матеріал – «Це для мене стало поштовхом»: історія буковинки, яка почала займатися

бізнесом після серйозної травми (19.09.2024) – присвячений жителю Київської області, яку з Буковиною пов'язує місце народження.

В аналізованих матеріалах пріоритетною є особистість, що має успіх завдяки особистим зусиллям – втіленню власних ідей, наполегливій праці та подоланню перешкод. Лише в одному матеріалі успіх трактується як випадок, щасливий збіг обставин – *Купила п'ять лотерейних білетів на свята: чернівчанка виграла у лотерею 100 000 гривень (10.01.2024)*.

Оприлюднені матеріали демонструють, що серед сфер, в якій людина досягає успіху, першість належить бізнесу. 8 історій успіху – це приклади, що показують реалізовані можливості: заснування власного виробництва або відкриття сімейних крамниць. Важливо, що йдеться не тільки про історії мешканців обласного центру, але й про особисті досягнення жителів містечок і сіл. Наприклад, в матеріалі *Буковинець на кошти гранту відкрив магазин будівельних та господарів (28.11.2024)* мова йде про крамницю в селі Шипинці. Цілком доречними в таких публікаціях є посилання на грантові програми та програми мікрокредитування, з допомогою яких можна реалізувати власні бізнесові ідеї.

В 2-х матеріалах міститься розповідь про спортивні досягнення: *Військовий з Буковини отримав «золото» на змаганнях Повітряних сил і морської піхоти США (9.03.2024)* та *Досі не вірю у перемогу: військовий з Буковини розповів про змагання у США (31.03.2024)*, де акцент робиться на важливості мати власні цілі й досягати їх, незважаючи на будь-які перешкоди.

Серед героїв історій успіху люди різного віку: від 73-річної чернівчанки Людмили Мартиненко (*Почала робити вправи після 50 років: історія чернівчанки, яка заснувала студію йоги, 11.01.2024*) до учня 8-го класу Сергія Гоюка (*Може скласти десятки видів кубика: учень з Чернівців посів призове місце у змаганнях зі шпідкубінгу, 4.03.2024*).

Історії успіху МК мають увагу аудиторії, про що свідчить кількість переглядів: на 20.12.2024 найменша – 2420 – у матеріалі *У місті на Буковині підприємця за грантові кошти відкрила сувенірний магазин (13.11.2024)*, найбільша – 18448 – у матеріалі *«Змінити правила ринку, щоб кожен українець міг їздити на сучасному авто за доступною ціною»: історія успіху автосалону American Wheels (14.05.2024)*.

Отже, в інформаційному полі МБ інформації про історії успіху містян відводиться важливе місце. Історії успіху є реалізацією функції простору для позитивних новин і цілей, маніфестованих у редакційній політиці видання. Така інформація не тільки звертає увагу аудиторії на позитивні події, балансує співвідношення негативних й позитивних

новин, надає об'ємне уявлення про реальний світ, але й сприяє об'єднанню місцевої спільноти. Такі історії пропонують приклади й спонукають до дії.

Література:

1. Іванова О., Мойсєєва О., Стеблина Н. Місцева преса : посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. Київ : ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232 с.
2. Матвієнків С. М. Регіональні ЗМІ як інструмент формування локальної ідентичності. *Політичне життя*. 2017. № 4. С. 83–86.
3. Голуб О. Конструктивна журналістика в онлайн-медіа. Огляд матеріалів. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/konstruktyvna-zhurnalistyka-v-onlajn-media-oglyad-materialiv-i32534> (дата звернення: 20.12.2024).
4. Фенько Н. М. Позитивно та негативно орієнтований контент у ЗМІ: регіональний вимір. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Сер. : Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33(72). № 6. Ч. 2. С. 232–236.
5. Мапа рекомендованих медіа. URL: <https://map.detector.media/> (дата звертання: 20.12.2024).
6. Що там на Буковині: десять найпопулярніших медіа Чернівців. URL: <http://surl.li/agqrhi> (дата звертання: 20.12.2024).
7. Редакційна політика. *Молодий буковинець*. URL: <https://molbuk.ua/contacts.html> (дата звертання: 20.12.2024).