

СИСТЕМА МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ КОМУНАЛЬНОЇ ПРЕСИ В УКРАЇНІ

Методологія дослідження. Під час дослідження використано такі методи: системний, теоретичного аналізу, класифікації, вторинного аналізу результатів соціологічного дослідження та статистичних даних.

Результати. З'ясовано актуальний стан систем масової комунікації в територіальних громадах України після реформування комунальної преси у 2016–2018 рр. Продемонстровано соціальні та технологічні відмінності різних типів територіальних громад щодо використання ними систем масової комунікації. Обґрунтовано, що досягнення оптимального рівня комунікативної зрілості громади забезпечить розвиток її соціально-політичної та економічної активності, активності локальних комунікацій і соціальної взаємодії членів територіальної громади, формування сучасної комунікативної культури. Встановлено, що в структурі систем масової комунікації в територіальних громадах відбувається подальше скорочення сегмента традиційних мас-медіа, а серед функцій найбільших змін зазнає функція соціального управління.

Новизна. Виявлено актуальні тенденції трансформації структури та функцій систем масової комунікації в територіальних громадах України після реформування комунальних газет. Розроблено класифікацію територіальних громад за ступенем використання ними систем масової комунікації та описано такі типи громад, як: інтеррегополіси, соціополіси, медіаполіси.

Практична значущість. Рекомендовано реформованим виданням розвиватися за моделлю громадських медіа та взяти на себе низку комунікативних завдань власне територіальних громад і реалізувати в такий спосіб соціальну функцію масової комунікації. Реалізація таких рекомендацій буде можлива за умови вирішення низки проблем, найголовнішими з яких названо подолання недовіри потенційної аудиторії до місцевої преси, модернізація редакційної політики та маркетингової стратегії видань.

Ключові слова: масова комунікація; засоби масової інформації, локальні медіа, територіальна громада, реформа.

I. Вступ

Реформи, що тривають в Україні протягом останнього часу, серед іншого суттєво вплинули на соціокомунікативне середовище територіальних громад. У цьому контексті найбільш відчутні зміни були зумовлені процесами децентралізації та реформування комунальних засобів масової інформації. У такий спосіб політико-правові чинники зумовлюють трансформацію загалом усталених систем соціальної взаємодії, зокрема на масовому рівні.

Децентралізація як один з провідних напрямів реформування системи управління державою в Україні зачіпає не лише політичну, адміністративну, економічну, соціальну сфери життєдіяльності локальних спільнот. У результаті змінюються й сформовані протягом тривалого часу системи масової комунікації, які використовували для організації (самоорганізації) життєдіяльності територіальних громад. У комунікативному аспекті децентралізація може означати зміну позиції провідних суб'єктів комунікації, переформатування комунікативних каналів, перерозподіл комунікативних ресурсів у певному комунікативному просторі. Тобто в такий спосіб змінюються практично всі елементи сформованої протягом останніх десятиліть системи масової комунікації в територіальних громадах. На певний час така ситуація може спричинити дезорієнтацію всіх суб'єктів та потребуватиме відновлення упорядкованості системи комунікативних обмінів у цьому просторі. Разом з тим, наявність та належне функціонування системи масової комунікації в територіальній громаді можна розглядати як один з важливих факторів її сталого розвитку [10].

До децентралізаційних процесів як чинника зазначених вище змін також додався фактор реформування комунальних ЗМІ. Закон України «Про реформування і державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» [14], спрямований на обмеження впливу держави на ЗМІ, створення рівних умов діяльності ЗМІ різних форм власності, підвищення конкурентоспроможності друкованих ЗМІ, зумовив втрату органами публічної влади, у тому числі органами місцевого самоврядування, колишнього впливу на комунальну пресу. Разом з тим, на цей час ситуація в локальних інформаційних просторах має не лише політичні, а й економічні наслідки. Деякі газети перестали виходити ще на момент завершення процесу роздержавлення, а частина реформованих видань шукає можливості подолання економічних проблем через втрату бюджетного фінансування й власну неспроможність ефективно працювати в умовах модерного медіаринку.

Окреслена проблематика уже стала предметом наукових досліджень, спрямованих, насамперед, на прогнозування подальшого розвитку ситуації в українському медіапросторі після реформування комунальних і державних друкованих ЗМІ, пошук найбільш оптимальних у ситуації, що склалася, шляхів модернізації медіапростору. У цілому питання функціонування систем масової комунікації в сучасних умовах як предмет дослідження вже тривалий час перебувають у полі зору таких дослідників, як: О. Зернецька, С. Квіт, З. Партико, В. Різун та ін. Проблеми локальних комунікативних просторів, зокрема, пов'язані з реформуванням комунальної преси, досліджували В. Пісоцький, Г. Сенкевич, С. Штурхецький [13; 16; 18]. Значну увагу вивченню прикладних аспектів трансформації місцевих видань в Україні приділено в дослідницьких проектах низки громадських організацій [8; 9; 17].

У цій статті також набули подальшого розвитку наші попередні дослідження такого соціокультурного явища, як «комунікативна децентралізація», яке ми розглядаємо як процес перерозподілу повноважень, функцій і ресурсів органів публічного управління центрального рівня в комунікативній сфері та як одну зі складових децентралізації в Україні загалом [5]. Проте в цій статті ми більшою мірою прагнемо розкрити саме масовокомунікативний аспект перетворень, що відбуваються нині в Україні на рівні локальних комунікативних просторів. Актуальність дослідження такого аспекту зумовлена потребою розкрити системний характер змін комунікативного простору територіальних громад України внаслідок трансформації систем масової комунікації локального рівня.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – з'ясувати основні напрями змін у системах масової комунікації в територіальних громадах, що зумовлені реформуванням комунальної преси, та сформулювати рекомендації щодо подальшого розвитку локального рівня медіасфери України.

Під час цього дослідження для досягнення поставленої мети використано системний метод, що надав змогу розкрити взаємний зв'язок і взаємну зумовленість трансформацій структури та функцій локальних систем масової комунікації; метод теоретичного аналізу, за допомогою якого з'ясовано сутність, контекст і загальні тенденції зазначених перетворень; метод класифікації – для виокремлення різних типів територіальних громад з огляду на ступінь використання ними систем масової комунікації; метод вторинного аналізу результатів соціологічного дослідження та статистичних даних – для відбору емпіричного матеріалу для цього дослідження.

III. Результати

Будь-яка система являє собою цілісну, відмежовану від зовнішнього середовища сукупність елементів, для якої характерні певні структура та функції, які зумовлені внутрішнім і зовнішнім середовищем та забезпечують цілеспрямоване функціонування цієї системи. Система масової комунікації охоплює такі підсистеми, як: 1) творення (виробництва) масовоінформаційного продукту; 2) його поширення (трансляції); 3) його споживання (використання); 4) масова культура, притаманна суб'єктам масовоінформаційних відносин, що зумовлює відповідні ціннісні настанови, моделі поведінки, технології роботи з масовою інформацією. Тобто систему масової комунікації потрібно розглядати не лише як технічний канал для поширення масової інформації, а і як складну соціотехнічну систему зі структурованим внутрішнім середовищем, що перебуває під впливом численних факторів зовнішнього середовища.

Як слушно наголошує В. Різун, масове спілкування передбачає вихід комуніканта за межі своєї соціальної групи на загал з метою залучення до свого соціального поля інших людей незалежно від їх соціального статусу. Масове спілкування має не персональний, а публічний характер. Воно піднімається до системи дій, а то й перетворюється на масовокомунікаційну діяльність. Професіоналізувавшись та інституціоналізувавшись, масове спілкування перетворюється на працю для забезпечення комунікації між виробником масовоінформаційного продукту та споживачем – масою [15, с. 259]. У такий спосіб, масова комунікація має інституційні форми й передбачає наявність певної організації (платформи) для забезпечення інформаційних обмінів між великими умовно невизначеними за кількістю та розосередженими в просторі аудиторіями. У свою чергу, це вимагає використання відповідних методів, принципів, правил, технологій, що добираються, застосовуються й змінюються залежно від ситуації у внутрішньому та зовнішньому середовищах певної системи масової комунікації.

Для локальних систем масової комунікації визначальним зовнішнім середовищем виступає певна територіальна громада як соціальне середовище, об'єднане мережею інтерактивних взаємодій міжособистісного, групового та масового рівнів. При цьому ступінь домінування, розвитку кожного із зазначених рівнів (залежно від ступеня територіальної та соціальної розосередженості громади, характеру її комунікативної культури) буде визначати й ступінь залучення систем масової комунікації для таких взаємодій. Так, для малих сільських громад традиційно достатньо міжособистісної комунікації, у більших селах вдаються до групових, у тому числі технічно опосередкованих, комунікацій, в об'єднаних територіальних громадах, малих і середніх містах уже є необхідність використовувати окремі системи масової комунікації (зокрема соціальні мережі, подекуди – місцеві газети), громади великих міст для здійснення публічної масової комунікації вже, безумовно, мають потребу використовувати низку медіаплатформ.

На наш погляд, зважаючи на описаний вище підхід, територіальні громади за ступенем використання ними систем масової комунікації доцільно класифікувати таким чином.

1. «Інтерегополіси» – мало розосереджені громади, в яких домінують мережі міжособистісної комунікації (безпосередньої та опосередкованої), системи масової комунікації застосовуються переважно для отримання інформації із «зовнішнього світу». Громада зорієнтована суто на медіаспоживання та є носієм відповідної медіакультури, для якої зазвичай характерне некритичне ставлення до масовоінформаційного продукту.

2. «Соціополіси» – достатньо розосереджені громади, функціонування яких ґрунтується переважно на міжособистісній та груповій комунікації, нині – дедалі частіше із залученням окремих комунікативних засобів і технологій (неперіодичні видання, месенджери, соціальні мережі, веб-сайти), системи масової комунікації використовуються нерегулярно, здебільшого, щоб заявити про себе в «зовнішньому світі». Такі громади переважно налаштовані на медіаспоживання, підсистеми творення та поширення масовоінформаційного продукту практично нерозвинуті, ці функції здебільшого на аматорських засадах виконують поодинокі представники цих громад. Медіакультура таких громад також перебуває на низькому рівні розвитку й характеризується переважно некритичністю сприйняття масовоінформаційного продукту.

3. «Медіаполіси» – дуже розосереджені громади, де для максимального охоплення цільової аудиторії безумовним є використання систем масової комунікації. У таких громадах сформоване середовище професійних комунікаторів, функціонує низка комунікативних платформ (традиційні медіа, соціальні мережі, конвергентні медіа на інтернет-платформах), розвивається середовище комунікаторів-аматорів. Медіакультура таких громад є порівняно розвинутою.

Таким чином, системи масової комунікації в територіальних громадах різного типу відіграють різну роль, яку образно можна описати як роль «вікна у світ» для інтерегополісів, «мосту в світ» – для соціополісів і «моделі світу» – для медіаполісів. Це зумовлює відмінність функцій, які виконують такі системи в цих територіальних громадах, а, відтак, зміни в цих системах порізному відбиватимуться на житті громад різних типів.

Принагідно варто зауважити, що процеси адміністративної децентралізації, які тривають нині в Україні, неодмінно мають супроводжуватися децентралізацією комунікативною. Така комунікативна децентралізація функціонально є актуальною з огляду на те, що розвиток територіальних громад різного типу має передбачати серед іншого необхідність досягнення оптимального рівня комунікативної зрілості громади, що впливає, зокрема, на ступінь розвитку таких її характеристик, як соціально-політична та економічна активність, активність локальних комунікацій і соціальної взаємодії членів територіальної громади. Зрештою, ця комунікативна зрілість означає формування сучасної комунікативної культури, яка дозволить громадянам бути медіаграмотними, безпечно користуватися системами масової комунікації для організації належної комунікативної активності територіальних громад.

Розвиток комунікативної «зрілості» територіальної громади можемо уявити як процес, подібний до розвитку особистості. Згідно з підходом американського експерта з організаційної поведінки та лідерства Стівена Р. Кові, особистість проходить у своєму розвитку три етапи: залежності, незалежності та взаємозалежності. У період залежності особистість спирається на ТИ-парадигму, за якою людям потрібен хтось інший, щоб отримати те, що вони хочуть, але й відповідальність за все покладається на того іншого («ти про мене піклуєшся», «ти винен у моїх невдачах» тощо). Незалежність ґрунтується на Я-парадигмі, коли особистість може досягти бажаного завдяки власним зусиллям та відчуває власну відповідальність («я зможу», «я покладаюся на себе» тощо). Взаємозалежність заснована на МИ-парадигмі, відповідно до якої такі особистості поєднують свої зусилля, щоб досягти найбільшого успіху, та поділяють відповідальність («ми можемо», «ми поєднуємо свої таланти та здібності» тощо) [11, с. 60–61]. За аналогією в розвитку громади можемо виокремити періоди: 1) комунікативної залежності, коли пересічні члени територіальної громади розглядають мас-медіа суто як зовнішнє джерело масової інформації; 2) комунікативної незалежності, коли комунікативні функції беруть на себе окремі групи (особи) в громаді, а мас-медіа сприймають уже не лише як джерело інформації, а і як комунікативну платформу; 3) комунікативної взаємозалежності, коли системи масової комунікації є невід'ємним елементом життя громади, інструментом для забезпечення взаємодії громадян, згуртування розрізнених соціальних груп, належної функціональності цілої територіальної громади.

Реформування комунальної преси протягом 2016–2018 рр. суттєво вплинуло на ситуацію на локальних медіаринках. За даними Державного комітету телебачення і радіомовлення України, станом на грудень 2018 р. було реформовано 53% комунальних видань. Ще певна частина подань на перереєстрацію на 01 січня 2019 р. перебувала на розгляді в територіальних підрозділах Міністерства юстиції України, і до липня 2019 р. кількість реформованих видань збільшилася. Причому була виявлена тенденція залежності інтенсивності процесу реформування від розміру дотації, яку отримують редакції з місцевих бюджетів. Як правило, редакції, що тривалий період не мали суттєвих фінансових надходжень у вигляді таких бюджетних дотацій, реформувалися одними з перших. Серед основних проблем, які постали перед територіальними громадами та журналістськими спільнотами, були названі нездатність застосовувати нові методи ро-

боти, невміння працювати в умовах конкуренції, незначна читацька аудиторія, застаріла технічна база, неефективний менеджмент [7]. Виведення редакцій місцевих газет з-під впливу органів місцевого самоврядування дійсно не сприяло повсюдній кардинальній переорієнтації їх редакційної політики, передусім, на потреби читацької аудиторії, а відтак, місцева преса часто опиняється під шквалом критики з усіх боків та не має належної підтримки від своїх потенційних споживачів і ділових партнерів. Зокрема, цю тенденцію продемонстрували дослідження реформованих місцевих видань, проведені Інститутом демократії імені Пилипа Орлика та Інститутом масової інформації у 2019 р. [8; 9]. Налагодження продажу послуг реформованих видань, покращення якості їх контенту, модернізація редакційного менеджменту – такими бачить основні проблеми реформованих комунальних ЗМІ президент Української асоціації медіабізнесу О. Погорелов [17].

Наслідком усього зазначеного стало зниження аудиторії місцевих медіа. За результатами всеукраїнських соціологічних опитувань, проведених Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення ГО «Детектор медіа» у лютому 2018 та 2019 рр., місцеві медіа як джерело інформації про стан справ в Україні та світі, крім місцевих інтернет-ЗМІ, за рік втратили свою аудиторію. Зокрема, місцеве телебачення як джерело такої інформації розглядали 6,4% респондентів у 2018 р. і 4,3% у 2019 р.; місцеві інтернет-ЗМІ – 2,5% і 4,5%; місцеві друковані видання – 4,8% і 1,7%; місцеве радіо – 2,0% і 1,6% відповідно. При цьому рівень довіри до цих джерел інформації в лютому 2019 р. становив: 1,7% (телебачення) 1,9% (Інтернет-ЗМІ), 0,6% (преса), 0,8% (радіо). Для порівняння: рівень довіри до загальнонаціональних телеканалів – 40,6%, інтернет-ЗМІ – 13,9%, газет – 3,8%, радіо – 2,6%. Разом з тим з'ясувалися різні регіональні відмінності щодо довіри до місцевої преси – 1,5% на заході, 0,5% – у центрі, 0,1% – на півдні і 0% на сході України [3, с. 14, 17]. Невисокий рівень довіри до місцевих медіа та пріоритетність електронних медіа, зокрема, для молодіжної аудиторії, засвідчують й окремі локальні опитування [12, с. 81–82].

Одним із факторів скорочення аудиторії традиційних медіа, зокрема локального рівня, стало також інтенсивне поширення соціальних мереж. Як засвідчило згадане вище соціологічне опитування, проведене Київським міжнародним інститутом соціології, в Україні із соціальних мереж користувачі найбільше віддають перевагу Facebook (74,2%) та Instagram (33,5%). При цьому Facebook порівняно більш популярний на заході і в центрі країни, а Instagram – на півдні і сході. Для більшості активних користувачів соціальних мереж (56%) основною причиною користування ними для отримання інформації про актуальні події є зручність, оскільки багато інформації з різних джерел зібрано в одному місці. Ще 31% аргументують свою позицію тим, що в мережах інформація з'являється швидше, ніж у ЗМІ [3, с. 27, 28]. Такі тенденції (а саме ігнорування традиційної продукції професійних комунікаторів, лавиноподібне поширення й споживання аматорського масово інформаційного продукту на фоні загалом низької медіакультури громадян) суттєво змінюють структуру систем масової комунікації в громадах, перш за все, медіаполісів.

З огляду на зазначене погодимося з тезами В. Башманівського та Л. Башманівської про те, що в сучасних умовах учасником діалогу стає активний реципієнт, який завдяки технологічним можливостям медіа через листування, голосування, участь у дискусії зростає до рівня учасника творчого процесу, озвучує нову інформацію про подію, пропонує цікаві ідеї. При цьому віртуальний учасник комунікації прагне до співпраці з джерелом інформації, а журналіст у мережевому середовищі стає організатором інтерактивних процесів, створюючи доступ до будь-якого матеріалу. Також сьогодні увагу споживачів найчастіше привертає фіксація в медіа поглядів альтернативного характеру стосовно вже отриманої інформації, що утворює базовий потенціал для майбутніх аналітичних досліджень [1, с. 22]. Ці фактори, а також численні фінансово-організаційні проблеми з виготовленням і поширенням друкованих версій місцевих видань, стимулюють редакції реформованих газет до створення власних інтернет-платформ.

Проте, як продемонстрував на конкретних прикладах М. Василенко, інтернет-версії видань нині все ж здебільшого спеціалізуються на матеріалах у групі інформаційно-публіцистичних жанрів. Друковані видання, більшість із яких із щоденних переходять у тижневики, воліють розміщувати на своїх шпальтах здебільшого зважену аналітику [2, с. 47]. Але, як засвідчило наше дослідження жанрових моделей місцевої преси, ця, здавалося б, логічна для нинішнього стану справ, тенденція на місцевому рівні не має поширення. Багато локальних видань навіть за умови скорочення кількості випусків, численних проблем з доставкою газет передплатникам і надалі формують свій контент як переважно інформаційний та, відповідно, конкурентно програють електронним медіа [4; 6].

Таким чином, у структурі систем масової комунікації в територіальних громадах на сучасному етапі спостерігається подальше скорочення сегмента традиційних мас-медіа. Редакції колишніх комунальних видань переважно не витримують конкуренції з електронними медіа й згортають свою діяльність чи переходять на інтернет-платформи. У громадах із заскорузлого комунікативною культурою (інтергополіси, соціополіси), де відсутні соціальні, економічні, технічні та технологічні передумови використання електронних медіа в такій ситуації, частина аудиторії втрачає чи суттєво обмежує власний доступ до систем масової комунікації. Менш відчутні зміни відбу-

ваються нині в системах масової комунікації медіаполісів, де на початок реформування комунальної преси вже сформувався певний ринок медіа, а громадяни вже мали навички життя у відносно конкурентному медіасередовищі.

Щодо трансформації функцій системи масової комунікації в територіальній громаді, то цей процес варто розглядати крізь призму функцій усієї комунікативної системи громади, а саме таких основних, як: соціокультурної інтеграції, власне забезпечення комунікації між членами громади та суб'єктами зовнішнього середовища, соціального управління, у межах якого, зокрема, територіальна громада формує та контролює органи місцевого самоврядування, безпосередньо здійснює самоврядування. Реформування комунальної преси із цих позицій, передусім, впливає на функцію соціального управління як одну із соціальних функцій масової комунікації. Реформа, послаблюючи за початковим задумом, монопольний вплив органів місцевого самоврядування та розширюючи можливості власне громади й журналістської спільноти, яка представляє інтереси територіальної громади, мала би сприяти в такий спосіб формуванню на базі колишніх комунальних справді громадських медіа. І в цьому контексті дійсно важливими б мали бути саме такі сутнісні зміни, а не заміна практично тотожних за значенням термінів. Інші функції системи масової комунікації внаслідок реформування зазнають менш відчутних змін.

У ролі громадських медіа реформована комунальна преса, за нашими оцінками, могла би взяти на себе низку комунікативних завдань територіальних громад, які виокремлював В. Пісоцький [13, с. 244], серед яких:

- формування соціальної ідентичності громадян населених пунктів як членів територіальної громади, що є суб'єктом місцевого самоврядування;
- стимулювання членів територіальних громад до активізації їх безпосередньої участі в процесах управління місцевим розвитком;
- забезпечення ефективної комунікативної взаємодії з метою формування органів місцевого самоврядування та здійснення контролю за їх діяльністю;
- забезпечення ефективної полісуб'єктної комунікативної взаємодії з метою подолання економічних, соціальних, екологічних проблем місцевого рівня, що перешкоджають сталому розвитку територіальної громади.

Особливо це може бути актуальним для соціополісів, до яких ми можемо зарахувати новостворені об'єднані територіальні громади та які в більшості своїй перебувають на стадії формування власних систем масової комунікації.

IV. Висновки

У статті проаналізовано актуальний стан систем масової комунікації в територіальних громадах України з огляду на результати реформування комунальної преси у 2016–2018 рр. Розроблено класифікацію територіальних громад за ступенем використання ними систем масової комунікації: інтерепополіси, соціополіси, медіаполіси. Встановлено, що в структурі систем масової комунікації в територіальних громадах відбувається подальше скорочення сегмента традиційних мас-медіа, а серед функцій найбільших змін зазнає функція соціального управління. Реформованим виданням рекомендовано розвиватися за моделлю громадських медіа, взявши на себе низку комунікативних завдань власне територіальних громад, реалізуючи в такий спосіб соціальну функцію систем масової комунікації. Для цього потрібне вирішення низки проблем, найголовнішими з яких, на наш погляд, є подолання недовіри потенційної аудиторії до місцевої преси, модернізація редакційної політики та маркетингової стратегії видань.

Подальші дослідження за спорідненою тематикою доцільно зорієнтувати на аналіз позитивного досвіду трансформації систем масової комунікації локального рівня в умовах реформ.

Список використаної літератури

1. Башманівський В., Башманівська Л. Особливості комунікації реципієнта та засобів масової інформації в глобалізованому світі. *Вісник Книжкової палати*. 2018. № 10. С. 20–23.
2. Василенко М. Друковане видання та інтернет-версія. Взаємодія чи конкуренція? *Образ*. 2017. Вип. 1 (23). С. 41–48.
3. Джерела інформації, медіаграмотність і російська пропаганда: результати всеукраїнського опитування громадської думки. Аналітичний звіт. Київ: Детектор медіа, 2019. 80 с.
4. Дрешпак В. М. Жанрові моделі місцевих газет України (на прикладі видань Дніпра та Харкова). *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Вип. 45. С. 183–191.
5. Дрешпак В. М., Пісоцький В. А. «Комунікативна децентралізація» в Україні: умови та підходи до здійснення. *Запровадження комунікації органів державної влади*: матер. наук.-практ. конф. Київ: Фенікс, 2016. С. 131–135.
6. Дрешпак В. Скільки грошей потрібно районці для щастя? *ІДПО*. 2019. URL: <http://idpo.org.ua/articles/2836-skilki-groshej-potribno-rajonci-dlya-shhasty.html> (дата звернення: 13.08.2019).
7. Звіт за результатами проведення моніторингу процесу реформування друкованих засобів масової інформації та редакцій. *Державний комітет телебачення і радіомовлення*. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=152342&cat_id=126285 (дата звернення: 28.08.2019).

8. Інститут демократії імені Пилипа Орлика. *Статті, аналітика*. URL: <http://idpo.org.ua/analitics> (дата звернення: 23.08.2019).
9. Інститут масової інформації. Дослідження. URL: <https://imi.org.ua/monitorings> (дата звернення: 22.08.2019).
10. Коваленко О. П. Створення умов для самоорганізації соціально-економічних систем України в умовах децентралізації. *Наука та інновації*. 2015. Т. 11. № 5. С. 83–86.
11. Кові С. Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2014. 384 с.
12. Левицька Н. С., Стронська М. А. Роль місцевих медіа в успішному розвитку місцевих громад. *Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія*. 2015. № 2 (6). С. 78–83.
13. Пісоцький В. Комунікативна активність територіальної громади в процесі здійснення місцевого самоврядування в Україні. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2013. Вип. 4 (19). С. 240–251.
14. Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації: Закон України від 24 грудня 2015 р. № 917-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19> (дата звернення: 19.08.2019).
15. Різун В. До постановки наукової проблеми про особливий статус медіа комунікацій (масового спілкування) в системі соціальних комунікацій. *Діалог: Медіа-студії*. 2013. Вип. 16. С. 258–267.
16. Сенкевич Г. А. Реформирование печатных СМИ на Украине: прогнозы и последствия. Концепт. 2014. № 1. URL: <http://e-koncept.ru/2014/14014.htm> (дата звернення: 22.08.2019).
17. Український медіа ландшафт – 2017: аналітичний звіт. за ред. В. Іванова; Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні, Академія Української преси, 2017. 44 с.
18. Штурхецький С. В. Комунікативний потенціал місцевого самоврядування в Україні. Рівне: Овід, 2011. 148 с.

References

1. Bashmanivskiy, V., Bashmanivska, L. (2018). Osoblyvosti komunikatsii retsypiienta ta zasobiv masovoi informatsii v hlobalizovanomu sviti. *Visnyk Knyzhkovoi palaty*, 10, 20–23. (in Ukrainian).
2. Vasilenko, M. (2017). Drukovane vydannia ta internet-versiia. *Vzaiemodiia chy konkurentsii?* *Obraz*, 1 23, 41–48. (in Ukrainian).
3. Dzherela informatsii, mediahramotnist i rosiiska propahanda: rezultaty vseukrainskoho opytuvannia hromadskoi dumky. (2019). *Analitichnyi zvit*. Kyiv: Detektor media, 80 p. (in Ukrainian).
4. Dreshpak, V. M. (2019). Zhanrovi modeli mistsevykh hazet Ukrainy (na prykladi vydan Dnipra ta Kharkova) *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia Zhurnalistyka*, 45, 183–191. (in Ukrainian).
5. Dreshpak, V. M., Pisotskyi, V. A. (2016) *Komunikatyvna detsentralizatsiia v Ukraini: umovy ta pidkhody do zdiisnennia. Zaprovadzhennia komunikatsii orhaniv derzhavnoi vlady: mater. nauk.-prakt. konf.* Kyiv: Feniks, 2016, P. 131–135. (in Ukrainian).
6. Dreshpak, V. (2019). *Skilky hroshei potribno raiontsi dlia shchastia?* IDPO. Retrieved from: <http://idpo.org.ua/articles/2836-skilki-groshej-potribno-raionci-dlya-shhastya.html> (in Ukrainian).
7. *Zvit za rezultatamy provedennia monitorynhu protsesu reformuvannia drukovanykh zasobiv masovoi informatsii ta redaktsii (2018)* Derzhavnyi komitet telebachennia i radiomovlennia. Retrieved from: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=152342&cat_id=126285 (in Ukrainian).
8. Instytut demokratii imeni Pylypa Orlyka. *Statti, analityka*. Retrieved from: <http://idpo.org.ua/analitics> (in Ukrainian).
9. Instytut masovoi informatsii. *Doslidzhennia*. Retrieved from: <https://imi.org.ua/monitorings> (in Ukrainian).
10. Kovalenko, O. P. (2015). *Stvorennia umov dlia samoorganizatsii sotsialno-ekonomichnykh system Ukrainy v umovakh detsentralizatsii. Nauka ta innovatsii*. Vol. 11, № 5, 83–86. (in Ukrainian).
11. Kovi, S. R. (2014). *7 zvyчок nadzvychno efektyvnykh liudei*. Kharkiv, 384 p. (in Ukrainian).
12. Levytska, N. S., Stronska, M. A. (2015). *Rol mistsevykh media v uspishnomu rozvytku mistsevykh hromad. Problemy sotsialnoi roboty: filozofii, psykholohiia, sotsiolohiia*. № 2 (6). P. 78–83. (in Ukrainian).
13. Pisotskyi, V. (2013). *Komunikatyvna aktyvnist terytorialnoi hromady v protsesi zdiisnennia mistsevoho samovriaduvannia v Ukraini. Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia*. Iss. 4 (19). P. 240–251. (in Ukrainian).
14. *Pro reformuvannia derzhavnykh i komunalnykh drukovanykh zasobiv masovoi informatsii: Zakon Ukrainy vid 24.12.2015 r. № 917-VIII*. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19>. (in Ukrainian).
15. Rizun, V. (2013). *Do postanovky naukovoї problemy pro osoblyvyi status media komunikatsii (masovoho spilkuвання) v systemi sotsialnykh komunikatsii. Dialoh: Media-studii*. Iss. 16. P. 258–267. (in Ukrainian).

16. Senkevych, H. A. (2014). Reformyrovanye pechatnykh SMY na Ukraine: prohnozy y posledstvyia. Kontsept, 1. Retrieved from: <http://e-koncept.ru/2014/14014.htm> (date of request: 13.08.2019). (in Ukrainian).
17. Ukrainskyi media landshaft – 2017. (2017). Analitychnyi zvit. Za red. V. Ivanova; Predstavnytstvo Fondu Konrada Adenauera v Ukraini, Akademiia Ukrainiskoi presy, 44 p. (in Ukrainian).
18. Shturkhetskyi, S. V. (2011). Komunikatyvnyi potentsial mistsevoho samovriaduvannia v Ukraini. Rivne, 148 p. (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 28.08.2019.

Dreshpak V. System of Mass Communication in the Territorial Community in the Conditions of Reforming the Municipal Press in Ukraine

Research Methodology. *During the study, the following methods were used: systematic, theoretical analysis, classification, secondary analysis of the results of the sociological research and statistics.*

Results. *The current state of mass communication systems in the local communities of Ukraine after the reform of the municipal press in 2016–2018 has been clarified. The social and technological differences of different types of local communities regarding their use of mass communication systems are demonstrated. It is substantiated that the achieving the optimal level of communicative maturity of the community will ensure the development of its socio-political and economic activity, the activity of local communications and social interaction of members of the local community, the formation of modern communicative culture. It is established that in the structure of mass communication systems in local communities there is a further reduction of the segment of traditional mass media, and among the functions of the biggest changes is the function of social management.*

Novelty. *Actual tendencies of transformation of structure and functions of mass communication systems in local communities of Ukraine after reforming of communal newspapers are revealed. The classification of local communities according to the degree of their use of mass communication systems is elaborated and describes such types of communities as: interegopolis, sociopolis, mediapolis.*

The practical significance. *It is recommended that the reformed edition develop on the model of public media and take on a number of communicative tasks of the local communities and thus implement the social function of mass communication. Implementation of such recommendations will be possible if a number of problems are solved, the most important of which is overcoming the distrust of the potential audience to the local press, modernization of editorial policy and marketing strategy of the editions.*

Key words: *mass communication; mass media, local media, local community, reform.*