

Цапок О. М.<https://orcid.org/0000-0003-0694-9324>

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ ЛОКАЛЬНИХ ТА ГІПЕРЛОКАЛЬНИХ ДРУКОВАНИХ МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ

Стаття розкриває важливу тему функціонування місцевої друкованої преси України в умовах війни. У ній подано характеристику таких медіа, зазначено, що локальні та гіперлокальні друковані видання відіграють важливу роль у вітчизняному медійному просторі й задовольняють інформаційні потреби територіально обмеженої аудиторії, яка не має інших надійних джерел інформації.

У роботі наголошено, що закриття таких видань призводить до «новинних пустель». Їх наявність значною мірою впливає на зростання корупції в певному регіоні та рівня фінансових зловживань з боку місцевої влади, за якою не стежать і яку не контролюють місцеві медіа. Наведено статистичні дані, відповідно до яких 39% районів держави є інформаційно «нездоровими», адже не мають жодного місцевого видання.

З'ясовано труднощі, які мають локальні та гіперлокальні друковані видання в Україні, зокрема під час війни. До них належить низький рівень фінансового забезпечення та прибутків, залежність від передплат, благодійних пожертв та донорських коштів, високі ціни на папір та поштові послуги доставки примірників передплатникам, брак кваліфікованих кадрів та психологічне виснаження малокомплектних редакційних колективів. На прикладі кейсів локальних редакцій, зокрема прифронтових, описано конструктивні підходи у фінансовому забезпеченні, інтегруванні з інтернет-платформами, активному залученні аудиторії серед передплатників, участь в грантових проєктах держави, розроблених на підтримку бізнесу, отримання допомоги від неурядових організацій.

Підсумовано, що попри всі негаразди локальні та гіперлокальні друковані медіа продовжують користуватися попитом у населення та знаходять в умовах війни шляхи оптимізації своєї діяльності й надання цільовій аудиторії важливого для неї контенту.

Ключові слова: друковані видання, гіперлокальні медіа, локальні медіа, місцева преса, новинні пустелі.

Постановка проблеми. В останні десятиліття у зв'язку з інтенсивною цифровізацією та перевалюванням онлайн-інформаційного контенту й можливістю швидкого ознайомлення із різномірною інформацією на платформах спільного доступу (соціальних мережах) активно поширюється думка про стрімкий занепад і зникнення паперової преси. Світова практика свідчить, що внаслідок цього багато відомих у світі друкованих видань, насамперед національних, були змушені спершу скоротити свої тиражі через нерентабельність, високі ціни на папір і поліграфічні послуги, зниження прибутків від реклами й перейти згодом повністю на цифровий формат, як-от сталося із американським журналом Newsweek (2012 р.), британським виданням The Independent (2016 р.).

Ця ж тенденція простежується й на українських теренах. Зокрема, повністю онлайн-видання «Дзеркало тижня» (2019 р.), журнал «Фокус» (з початком війни у 2022 році), «Газета по-українськи» та журнал «Країна» (на початку 2026 року) тощо.

В Україні, крім названих вище причин, на перехід видань в онлайн або повне закриття присутньо вплинуло повномасштабне вторгнення РФ у 2022 році. Водночас можна констатувати, що під час війни локальна та гіперлокальна (місцева) паперова преса в Україні всупереч усім зазначеним вище труднощам продемонструвала надзвичайну стійкість і продовжила надалі функціонувати в паперовому форматі. Ця обставина потребує особливого вивчення та детального аналізу особливостей існування й розвитку вітчизня-

ної місцевої друкованої преси в умовах війни, що визначає запотребованість і актуальність пропонованого дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. До діяльності преси в умовах війни прикута посилена увага з боку дослідників. Так, К. В. Махова торкнулася питання її функціонування у контексті воєнних викликів і векторів трансформації усіх типів регіональних медіа [7]. С. А. Томіленко зосередив своє дослідження на функціонуванні прифронтової преси, проаналізувавши діяльність 39 редакцій, які працюють у прифронтових, деокупованих та воєнно вразливих громадах [13]. Про допомогу регіональним, зокрема і друкованим, медіа під час війни йдеться в аналітичній статті Н. Данькової [3]. Успішні кейси діяльності в умовах війни окремих редакцій місцевих друкованих видань наведено в роботі І. Зоца [4]. Новизна нашого дослідження полягає в спробі цілісного аналізу особливостей діяльності під час війни локальної й гіперлокальної друкованої преси, що забезпечує інформаційні інтереси аудиторії певних населених пунктів та територіальних громад.

Постановка завдання. Мета дослідження – розкрити значущість локальних та гіперлокальних друкованих видань у контексті загального медіаландшафту України, з'ясувати обставини й труднощі їхнього функціонування в умовах війни. Також вважаємо за доцільне розкрити шляхи подолання фінансово-економічних труднощів, у які потрапляють редакції зазначених медіа, та описати ефективні способи оптимізації їхньої діяльності.

Виклад основного матеріалу. Місцева преса відіграє надзвичайно важливу роль для інформування певної територіальної спільноти та для розвитку тих чи тих населених пунктів, територіальних громад. Вона може бути локальною – міською, районною, для територіальних громад, що охоплюють кілька населених пунктів, а також гіперлокальною для територіально малих географічних одиниць – сіл, селищ і громад. Така преса висвітлює місцево значущу, перевірену інформацію, яка залишається поза увагою національних медіа, спрямованих на висвітлення суспільно-політичних подій і процесів країни загалом та важливих у масштабах держави регіональних інформаційних приводів. В Україні локальні й гіперлокальні видання стають чи не єдиними джерелом інформації на прифронтових територіях в умовах війни. Також ці медіа становлять єдине постійне надійне джерело інформації в тих селах, селищах, районах і громадах, у яких локальні інформаційні запити не

можуть задовольнити загальнонаціональні медіа, і в місцях із низьким рівнем інтернет-покриття.

Вагомість місцевої преси підтвердило дослідження Пенцзе Гао, Чанг Лі та Дермот Мерфі «Financing dies in darkness? The impact of newspaper closures», проведене у 2018 та 2020 роках [14]. Його автори з'ясували, що в містах, де закрили локальні видання, зник моніторинг за діяльністю місцевої влади, унаслідок чого почали стрімко зростати муніципальні витрати на позики, які йшли на необґрунтовані підвищення заробітних плат чиновників, реалізацію дорогих механізмів фінансування, збільшення непотрібних витрат. Натомість наглядова діяльність та висвітлення подібних фактів з боку місцевих друкованих медіа значною мірою запобігала фінансовим збиткам місцевому бюджету й заощаджувала кошти місцевих платників податків [14].

Закриття місцевої преси може призводити до утворення так званих «новинних пустель», коли жителі певного населеного пункту чи територіальної громади не зможуть отримувати важливої верифікованої інформації, зокрема, через обмежену можливість доступу до інтернету, або невмінням належно користуватися, що, приміром, характерно для аудиторії старшого віку. Місцеві видання можуть створювати присутній бар'єр в поширенні маніпулятивних тверджень та дезінформації під час війни, тому що в них як традиційних медіа матеріали мають проходити серйозну публікаційну перевірку, адже за ці матеріали редакція несе моральну та юридичну відповідальність.

Важливою в контексті зазначеного є експертиза команди Media Development Foundation, яка проаналізувала та презентувала на початку 2025 року результати другої хвилі дослідження «новинних пустель» в Україні, що засноване на ретельному ознайомленні з локальною друкованою пресою зі 138 районів як частини загальної екосистеми місцевих медіа [8]. Дослідники з'ясували, що лише 23% із цих районів є «здоровими», тобто мають два і більше незалежних медіа, 38% – «частково здоровими», коли мають одне незалежне локальне друковане медіа чи отримують покриття власних інформаційних інтересів щонайменше двома медіа з інших районів. Інші 39% районів визнано «нездоровими», оскільки в них немає локальних медіа й інформаційні інтереси не покривають медіа із сусідніх районів. Власне, такі райони можна кваліфікувати «новинними пустелями» в Україні. Отже, попри значущість локальної та гіперлокальної друкованої преси, більше ніж у третині районів держави вони відсутні.

Зазначена ситуація зумовлена цілою низкою причин. Насамперед вони мають фінансовий характер, на що суттєво вплинула війна. Локальні та гіперлокальні паперові медіа працюють, фактично не маючи прибутків. Вони залежать від передплат, благодійних пожертв, допомоги неурядових організацій, від донорської допомоги. Ситуація по суті для них погіршилася на початку 2025 року, коли припинилося фінансування від організації USAID.

Багатьом редакціям місцевих видань, щоб утриматися, довелося зменшити обсяги й змінити формати, скоротити штат працівників. Наприклад, нині в редакції газети «Черкаський край» працює 10 осіб, отримуючи мінімальні зарплати. До війни газета виходила тричі на тиждень, станом на сьогодні – один раз, на 8 сторінках.

Кадрове питання є значною проблемою для багатьох місцевих друкованих медіа. Через війну і брак фінансування відбувається психологічне вигорання працівників та значне скорочення штату редакції. Так, локальне видання на Черкащині «Шполянські вісті» взагалі одноосібно створює редактор газети Анатолій Вікторук, який працює і директором, і редактором, і творчим працівником, і навіть кочегаром, замість 13 осіб, що працювали до війни. Раніше газета виходила на 16 сторінках і в кольорі, зараз обсяги скоротилися і від кольорового оформлення довелося відмовитися. Проте попри труднощі газета регулярно виходить раз на тиждень [5].

Така ж ситуація і з прифронтовими виданнями та виданнями на деокупованих територіях. За даними НСЖУ, редакції цих видань скоротили штат на 80%, половина з них зменшила періодичність удвічі, чи навіть учетверо, а також удвічі зменшили свій обсяг.

Варто зазначити, що фінансові труднощі редакцій локальних та гіперлокальних друкованих видань пов'язані з такими чинниками, як зниження рівня платоспроможності постійних передплатників цих медіа, а отже, зменшення їх кількості. У зв'язку з цим головна редакторка видання «Черкаський край» Тетяна Калиновська зазначає, що, хоч і вдалося зберегти читацький загал, кожен передплатник видання – на вагу золота [5]. Також зазначені труднощі спричинені здорожчанням вартості паперу та поліграфічних послуг. Через це значною мірою локальна та гіперлокальна преса монохромна.

До названих чинників додаються також високі тарифи «Укрпошти», яка з вартості всієї передплати газети отримує майже 50% прибутку. Водно-

час самі редакції нарікають на якість таких послуг, зокрема перебої в постачанні видань у сільську місцевість, де працюють переважно пересувні поштові відділення [9]. До цих аспектів додається ще й зміна логістики постачання видань, яка розпочалася в «Укрпошті» у квітні 2026 року. Підприємство поштового зв'язку запровадило централізоване сортування газет у столиці, а не в регіонах, як це було раніше для місцевої преси. Відповідно усі накладки газет мають відправлятися туди на сортування, після чого знову будуть розвезені по регіонах. Це викликало занепокоєння редакторів місцевої преси щодо можливого затримання надходження примірників видань на 2–3 дні, що, зрештою, може стати ще одним кроком до закриття друкованих видань. Зважаючи на таку ситуацію, головний редактор чернівецької газети «Погляд» Володимир Бобер зазначив, що за передплатою в «Укрпошті» виходить лише 5% тиражу, решту тиражу реалізується через корпоративну передплату та вроздріб, тож редакції простіше відмовитися від передплату через «Укрпошту». На його думку, найбільше постраждає аудиторія із сільської місцевості, куди редакціям складно забезпечити постачання газет [6].

Однак попри схарактеризовані вище труднощі під час війни місцева преса виявляє надзвичайну стійкість й адаптується до складних обставин. Розуміючи вагомість своєї діяльності для цільової аудиторії, редакції локальних та гіперлокальних медіа почали шукати шляхи виживання та фінансового надходження на таку діяльність. Головний редактор всеукраїнського тижневика «Слово Просвіти» Ігор Зоц [4], проаналізувавши кілька успішних історій виживання локальних друкованих медіа під час війни, виокремив такі способи:

- проведення розіграшів лотереї серед передплатників на отримання різних корисних призів. Зокрема, цей спосіб застосовувала львівська газета «Експрес», а також богодухівська газета «Маяк» на Харківщині;

- донати та волонтерські акції, наприклад свого часу редакція газети «Ворскла» із Великої Писарівки на Сумщині спільно з волонтеркою Наталією Бикановою провели акцію «Придбай «Ворсклу» – підтримай ЗСУ!»;

- надходження коштів від благодійників, спроможних фінансово підтримати локальне друковане видання, так сталося з редакцією газети «Трибуна праці» Вишгородського району на Київщині;

- платне розміщення необхідних населенню, підприємствам, установам, організаціям і приватним підприємствам оголошень та повідомлень;

– упровадження електронних версій друкованих видань за передплатою, що, наприклад, зробила редакція згаданого вище видання «Маяк», започаткування нових форматів, як-от її відеопроект «Маяківська вітальня».

Успішний шлях адаптації локальних та гіперлокальних видань до сучасних реалій – це створення й підтримання паралельно цифрової платформи, забезпечення присутності на платформах спільного доступу (в інстаграмі, фейсбуці, телеграмі). У контексті зазначеного одним із важливих способів залучення аудиторії є використання на сторінках паперового видання QR-кодів для фото й відеоматеріалів. Зокрема, вдалий досвід щодо цього має видання «Обрії Ізюмщини», яке з 2017 року за допомогою QR-коду об'єднує паперову версію газети з інтернет-платформою [1].

Також дієвим способом розповсюдження є передплата PDF-версії видання, що нижча за її паперову версію. Так, ярмолинецьке видання «Вперед» на Хмельниччині у 2025 та 2026 році поруч із вартістю 540 грн паперового варіанту газети на рік запропонувало значно нижчу вартість на її електронну (PDF-версію) – 300 грн [10].

Варто зазначити, що потужну допомогу, про яку згадує й Ігор Зоц, надає друкованим медіа на прифронтових та деокупованих територіях Національна спілка журналістів України. Так, за її сприяння вдалося відновити вихід 30 видань. У 2023 році НСЖУ за підтримки уряду Японії та ЮНЕСКО вдало реалізувала проект «Кроки до сталого розвитку», допомігши відновитися й осучаснитися 27 локальним виданням із зазначених територій [11]. У 2025 році ця громадська організація у результаті конкурсу відібрала 25 прифронтових редакцій, які стали учасниками програми Frontline Press, що реалізується зі Шведською бізнес-асоціацією Tidningsufgivarna.

Крім того, значну фінансову допомогу місцевим медіа, зокрема друкованим, надає низка організацій. Однією з них є Асоціація «Незалежні регіональні видавці України», що протягом кількох років з початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну завдяки різним проектам підтримала понад 150 регіональних редакцій. Також доречно згадати про підтримку української медійної громадської організації – «Інститут масової інформації». За останні три роки діяльності вона надала майже 500 мінігрантів регіональним і локальним виданням [3].

Питання фінансового виживання локальних та гіперлокальних медіа турбує й головного регу-

лятора українських медіа – Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення. Регулятор у жовтні 2025 року звернувся до Кабміну з проханням запровадити цільові програми підтримки для локальних медіа. Однак поки що таких програм з боку Уряду запроваджено не було, що можна пояснити складним фінансовим становищем держави в умовах війни. Водночас окремі редакції можуть скористатися грантами на підставі Постанови Кабінету Міністрів України № 738 від 21.06. 2022 р., спрямованої на підтримку бізнесу. Наприклад, це вдалося редакції друкованої газети «Голос Посулля», що надає важливу інформацію для Недригайлівської, Вільшанської, Коровинської та інших громад Роменського району на Сумщині й отримала грантові кошти в розмірі 230 тис. грн, це дало змогу осучаснити матеріально-технічну базу редакції, а також перерахувати авансову плату друкарні на 7–8 місяців 2026 року [2].

Шукаючи шляхи виходу з важкого фінансового становища, редакції видань вдаються до корпоративної/редакційної передплати, до якої заохочують аудиторію [10]. Вони домовляються про оптову передплату значної кількості примірників певною організацією, установою, фірмою чи громадою. Наприклад, Станіславська сільська рада через систему Prozorro зробила офіційну закупівлю редакційної передплати місцевої газети «Новий день» на 2026 рік вартістю 10 тис. 800 грн.

Також деякі місцеві видання, маючи претензії до якості та високої вартості надання послуг від «Укрпошти», прийняли рішення відмовитись від них, знизити вартість видання й запустити власну кур'єрську доставку передплатникам. Наприклад, так вчинила редакція локального видання «Жмеринська газета», запропонувавши їм оплату паперової версії газети у відділенні «Приватбанку» чи в редакції газети через термінал [12].

Висновки. Отже, локальна та гіперлокальна паперова преса, залишаючись важливим медіа для місцевої аудиторії, виявляє надзвичайну стійкість в умовах війни і продовжує функціонувати. Редакціям таких медіа доводиться долати значні труднощі, пов'язані з браком коштів та людських ресурсів, залежністю від обсягів передплати та благодійної допомоги, високими витратами на папір та поліграфічні послуги, підвищенням тарифів з боку «Укрпошти» тощо. Водночас, розуміючи цінність локальних та гіперлокальних видань для цільової аудиторії, їх реакції шукають шляхи подолання цих труднощів в активнішому залу-

ченні читачів до передплат, інтегруванні своєї діяльності в інтернет-платформи, пропонувати читачам дешевшої PDF-версії, участі у грантових проєктах тощо. Пропоноване дослідження у перспективі можна продовжити на базі регіональних та локальних медіа окремих регіонів.

Список літератури:

1. Войцехівська О. Як, використовуючи QR-код, значно розширити можливості газети? Досвідом ділиться керівник «Обріїв Ізюмщини» Костянтин Григоренко. URL: <https://surl.li/mqshni> (дата звернення 18.04.2026).
2. Гранти Кабінету Міністрів України можуть отримувати редакції друкованих видань. Є перший досвід «Голосу Посулля». URL: <https://nsju.org/novini/granty-kabinetu-ministriv-ukrayiny-mozhut-otrzymuvaty-redakcziyi-drukovanyh-vydan-ye-pershij-dosvid-golosu-posullya/> (дата звернення 12.04.2026).
3. Данькова Н. Хто та як допомагає регіональним медіа під час війни (частина I). *Детектор медіа*. URL: <https://surl.li/nwiejd> (дата звернення 15.04.2026).
4. Зоц І. Як виживає місцева преса під час війни. *Український інформаційний простір*. Число 13. URL: <https://share.google/XF2gBTaAqFBwGWiVg> (дата звернення 15.04.2026).
5. Костюк К. Омелян Т. Невигідний товар: як працюють черкаські друковані медіа в умовах сучасних реалій. *Суспільне Черкаси*. URL: <https://suspilne.media/cherkasy/1226551-nevigidnij-tovar-ak-pracuut-cerkaski-drukovan-i-media-v-umovah-sucasnih-realij/> (дата звернення 15.04.2026).
6. Мазнова Л. Де сортуватимуть газети – у Києві чи на місцях? Нововведення від Укрпошти. URL: <https://nsju.org/novini/chez-kyyiv-novi-marshruty-dlya-presy-yakoyu-bude-dostavka/> (дата звернення 17.04.2026).
7. Махова К. В. Українські регіональні медіа в умовах воєнного стану: виклики та вектори трансформації. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Том 36 (75) № 5, 2025. Частина 2. С. 245–254. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/5_2025/part_2/39.pdf (дата звернення 12.04.2026).
8. Новинні пустелі в Україні (II хвиля). URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/novinni-pusteli-v-ukrayini-2-0.html#intro> (дата звернення 12.04.2026).
9. Передплата-2026: виклики для редакцій та позиція Укрпошти. URL: <https://nsju.org/novini/peredplata-2026-vyklyku-dlya-redakcij-ta-pozycija-ukrposhty/> (дата звернення 15.04.2026).
10. Передплата-2026: кожен читач важливий. URL: <https://vpered-yar.com.ua/novyynu/peredplata-2026-kozhen-chytach-vazhlyvij/> (дата звернення 17.04.2026).
11. Підтримка медіа на прифронтових та деокупованих територіях. URL: <https://nsju.org/vidnovlennya-media/pidtrymuyemo-pryfrontovi-media/> (дата звернення 12.04.2026).
12. Сладковська Я. «Жмеринська газета» запустила власну доставку друкованого видання: передплата на 2026 рік. URL: <https://zhmerynka.city/articles/444500/zhmerinska-gazeta-zapustila-vlasnu-dostavku-drukovanogo-vidannya-peredplata-na-2026-rik> (дата звернення 12.04.2026).
13. Томіленко С. А. Прифронтна преса в умовах війни: ресурсна вразливість і стратегія виживання. *Обрії друкарства*. № 2(18)/2025. С. 20–33. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/Prifrontova_presa_v_umovah_vijni_resursna_vrazlivi.pdf (дата звернення 12.04.2026).
14. Pengjie Gao, Chang Lee, Dermot Murphy. Financing dies in darkness? The impact of newspaper closures on public finance. *Journal of Financial Economics*. Volume 135? Issue 2? February 2020, Pages 445–467. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jfinesco.2019.06.003> (дата звернення 14.04.2026).

Tsapok O. M. SPECIFICS OF THE ACTIVITIES OF LOCAL AND HYPERLOCAL PRINT MEDIA DURING THE WAR

This article addresses the important issue of the functioning of Ukraine's local print press under wartime conditions. It characterizes such media and notes that local and hyperlocal print publications play an important role in the national media landscape, meeting the information needs of territorially limited audiences that have no other reliable sources of information.

The study emphasizes that the closure of such publications leads to the emergence of «news deserts». Their presence significantly affects the increase in corruption in certain regions and the level of financial abuse by local authorities that are neither monitored nor held accountable by local media. Statistical data indicate that 39% of the country's districts are informationally «unhealthy», as they lack a single local publication.

The difficulties faced by local and hyperlocal print publications in Ukraine, particularly during the war, are identified. These include a low level of financial support and revenues, dependence on subscriptions, charitable donations, and donor funding, high prices for paper and postal delivery services for subscribers' copies, a shortage of qualified personnel, and the psychological exhaustion of understaffed editorial

teams. Using case studies of local editorial offices, including those in frontline areas, the article describes constructive approaches to financial support, integration with online platforms, active audience engagement among subscribers, participation in state grant projects designed to support business, and assistance from non-governmental organizations.

It is concluded that, despite all difficulties, local and hyperlocal print media continue to remain in demand among the population and, under wartime conditions, find ways to optimize their activities and provide their target audience with content that is important to them.

Keywords: *print publications, hyperlocal media, local media, local press, news desert.*

Дата першого надходження статті до видання: 23.04.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 11.05.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026