

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

На правах рукопису

ШУХ ДІАНА СТАНІСЛАВІВНА

**ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ В УМОВАХ ВІЙНИ У НОВИНАХ
РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ «СУСПІЛЬНЕ УЖГОРОД» ТА «21
УЖГОРОД» (ПЕРІОД СЕРПЕНЬ-ЖОВТЕНЬ 2023 РОКУ)**

Дипломна робота на здобуття освітнього рівня магістр

Галузь знань: 06 – «Журналістика»

Спеціальність: 061 – «Журналістика»

Спеціалізація: – «Журналістика»

Науковий керівник:

Олеся БАРЧАН,

канд. філол. наук, доцент

Ужгород 2023

Реєстрація № _____

АНОТАЦІЯ

Шух Д. С. Журналістика рішень в умовах війни у новинах регіональних телеканалів «Суспільне Ужгород» та «21 Ужгород» (період серпень-жовтень 2023 року).

Магістерська кваліфікаційна робота на здобуття освітнього рівня магістр журналістики – ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Ужгород, 2023.

У магістерській роботі досліджено модель журналістики рішень на регіональному телебаченні в умовах війни. Окреслено загальні ознаки матеріалів, створених за цією моделлю. На наявність сюжетів у стилі журналістики рішень проаналізовано вечірні випуски новин телеканалу «Суспільне Ужгород» та сюжети телеканалу «21 Ужгород». Аналіз контенту охоплює період із серпня по жовтень 2023 року.

У другому розділі надано загальні рекомендації для журналістів, як спілкуватися з ветеранами війни, з жінками-військовими, з постраждалими в наслідок воєнних дій, з людьми з інвалідністю. У висновках до наукової роботи є перелік рекомендацій, як створювати сюжет з використанням методу журналістики рішень.

У результаті наукового дослідження проаналізовано 61 вечірній випуск новин телеканалу «Суспільне Ужгород», що включає 77 сюжетів. Виявлено, що 20 сюжетів за цей період – створені у стилі журналістики рішень, що становить 26% від загального контенту. Також проаналізовано 200 коротких та великих сюжетів на телеканалі «21 Ужгород». Із них 12 – це сюжети у стилі журналістики рішень, а це всього лише 6% від загального контенту.

Ключові слова: журналістика рішень, телеканал, телебачення, сюжети, новини, війна.

SUMMARY

Shukh Diana. Journalism of decisions in times of war in the news of the regional TV channels "Suspilne Uzhhorod" and "21 Uzhhorod" (August-October 2023).

Master's thesis for awarding educational degree Master of Journalism – Uzhhorod National University, Uzhhorod, 2023.

In the master's thesis, the model of journalism of decisions on regional television in the conditions of war was investigated. General characteristics of materials created according to this model are outlined. The evening news programs of the TV channel "Suspilne Uzhhorod" and the stories of the TV channel "21 Uzhhorod" were analyzed for the presence of stories in the style of decision journalism. The content analysis covers the period from August to October 2023.

The second chapter provides general recommendations for journalists on how to communicate with war veterans, military women, victims of war, and people with disabilities. The conclusions to the scientific paper contain a list of recommendations on how to create a story using the method of decision journalism.

As a result of the scientific research, 61 evening news broadcasts of the "Soviet Uzhhorod" TV channel were analyzed, including 77 stories. It was found that 20 stories during this period were created in the style of decision journalism, which is 26% of the total content. 200 short and long stories on the TV channel "21 Uzhgorod" were also analyzed. Of them, 12 are stories in the style of decision journalism, and this is only 6% of the total content.

Keywords: decision journalism, TV channel, television, stories, news, war.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ I. ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ ЯК НАПРЯМОК У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	9
1.1 Поняття про журналістику рішень та її функціонально- типологічні особливості	9
1.2. Співвідношення журналістики рішень із відновним наративом, журналістським розслідуванням, наглядовою журналістикою, громадянською журналістикою, журналістикою позитивізму	23
1.3. Практичний досвід українських журналістів у форматі журналістики рішень: проблемні питання	28
Висновки до Розділу I.....	34
РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТІВ У ВОЄННИЙ ЧАС У КОНТЕКСТІ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ	36
2.1. Особливості роботи журналіста в період війни.....	36
2.2. Специфіка роботи журналіста з військовими.	45
2.3. Журналістська тактика в роботі з цивільними особами, що постраждали від воєнних дій.	50
Висновки до Розділу II	54
РОЗДІЛ III. ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ ЯК МЕТОД ПОДАЧІ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ СЮЖЕТІВ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ «СУСПІЛЬНЕ УЖГОРОД» ТА «21 УЖГОРОД».....	56
3.1. Особливості роботи регіональних медіа Закарпаття в період повномасштабної війни в Україні	56
3.2. Втілення журналістики рішень в новинах телеканалу «Суспільне Ужгород».....	61

3.3. Журналістика рішень в сюжетах телеканалу «21 Ужгород»	70
Висновки до Розділу III	74
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	81

ВСТУП

Актуальність. У розрізі російсько-української війни сучасні медіа намагаються захопити увагу аудиторії і тримати її в напрузі. Часто, в гонитві за сенсаціями, вони концентрують переважну більшість уваги та сил на пошуку негативу, скандалів і зради. Найлегше це зробити через аудіовізуальні медіа, зокрема телебачення, адже відеоряд є одним із найвпливовіших каналів комунікації. Проте постійна напруга швидко стомлює глядача і рейтинги переглядів падають. Щоб не втратити аудиторію, дати надію на світле майбутнє, вирішити проблеми, які постійно виникають у соціумі, медійники готують свої сюжети у стилі журналістики рішень. Таким чином вони сприяють не лише моральному піднесенню, а і згуртованості своїх глядачів.

На противагу таким журналістам, під час війни активно продовжують свою діяльність відомі журналісти, які намагаються своїми сюжетами підтримати бойовий дух суспільства. Журналісти війни знімали сюжети у визволеному від російських загарбників Херсоні, на своїх телеграм-каналах публікують відео знищення окупантів, їздять максимально близько до лінії вогню і знімають сюжети про історії людей, які ще залишилися жити на лінії розмежування. Таким чином ці журналісти показують силу та незламність українців і підтримують віру в перемогу.

Журналістика рішень дуже важлива як інструмент моральної стійкості й витримки населення в часи жахливих душевних потрясінь, як от війна. Це також запорука й воєнних перемог. Це частина боротьби в інформаційній гібридній війні.

Західна журналістська практика демонструє, що механізм використання журналістики рішень у редакційній політиці є раціональним методом протидії тенденціям зростання таблоїдизації, сенсаційності та акцентуації негативу в нових медіа.

Мета: дослідити модель журналістики рішень та визначити ефективність її застосування на телебаченні під час війни.

Для реалізації мети було поставлено такі **завдання**:

1. З'ясувати основні характерні риси «журналістики рішень».
2. Виявити зв'язок між явищами «журналістика рішень», «конструктивна журналістика», «журналістика зцілення», «військова журналістика».
3. Визначити, яким чином впливають матеріали у форматі журналістики рішень на психоемоційний стан читача та його поведінкові моделі.
4. З'ясувати специфіку підготовки матеріалів у форматі журналістики рішень в контексті роботи з постраждалими від війни респондентами.
5. З'ясувати чи є запит на матеріали такого типу в української аудиторії та які перспективи розвитку має концепція.
6. Дослідити матеріали на основі рішень на телеканалах «Суспільне Ужгород» та «21 Ужгород» та проаналізувати ступінь якості відтворення вимог цієї концепції.

Об'єкт: особливості підготовки сюжетів формату журналістики рішень в умовах війни на телебаченні.

Предмет: контент регіональних телеканалів «Суспільне Ужгород» та «21 Ужгород».

Теоретико-методологічна база дослідження: У цьому дослідженні ми спирались на наукові джерела зарубіжних та українських журналістикознавців загальної та вузькоспеціалізованої тематики, теоретичні доробки журналістів-практиків та журналістських організацій.

У нашому науковому дослідженні ми спиралися на емпіричний матеріал таких дослідників: Бідзіля Ю. [61-63], Соломін Є. [28-31], Голуб О., Чуранова О., Позняков О., Михайлин І., Гончаренко В., Срібний М., Марушкіна І., Танчин І., Фенько Н., Черепова Н., Шевчук С., Стеблина Н. та ін.

У процесі проведення дослідження було застосовано такі **наукові методи**:

- метод аналізу і синтезу під час дослідження теоретичних аспектів концепції журналістики рішень;

- метод компаративного аналізу з метою виявлення взаємозв'язків журналістики рішень із конструктивною журналістикою, військовою журналістикою та журналістикою зцілення;

- метод моніторингу, щоб виявити в українських медіа матеріали на основі рішень;

- метод контент-аналізу, завдяки якому ми з'ясували, чи відповідають матеріали на основі рішень концепційним вимогам журналістики рішень.

Наукова новизна роботи полягає в дослідженні сюжетів регіональних каналів періоду війни.

Теоретичне значення роботи пов'язане зі спробою систематизації знань та уявлень про концепцію журналістики рішень, її предметну область у парадигмі функціонування журналістики, особливості створення матеріалів на основі цього підходу, а також їхній вплив на психоемоційний стан аудиторії.

Структура роботи. Наукова робота складається зі вступу, трьох розділів, кожен із яких у свою чергу складається із трьох підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Загальна кількість сторінок 91, з яких основного тексту – 80 сторінок.

РОЗДІЛ І. ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ ЯК НАПРЯМОК У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Поняття про журналістику рішень та її функціонально-типологічні особливості

У світі сучасних реалій, журналісти мають більше можливостей та впливових контактів, ніж їхня аудиторія. Відповідно, будь-яку проблемну ситуацію легше вирішити після висвітлення її в медіа. Журналіст може постукати в ті двері, куди не потрапить пересічний громадянин та поставити такі запитання, на які йому вимушені дати відповідь. Таким чином, журналіст показує проблему та шлях до її вирішення.

Журналістика рішень – це відносно новий напрямок у журналістиці, який фокусується на висвітленні всіх можливих шляхів вирішення проблем, замість акцентування уваги на самій проблемі. Термін "журналістика рішень" може мати різні тлумачення. Основна ідея цього напрямку полягає в тому, щоб представити об'єктивні методи вирішення проблемних ситуацій у журналістських матеріалах, відомих як 'solution story', розглядаючи їх ефективність. [62]

Журналістика рішень – це особливий метод створення новин, який акцентує увагу на відповідях на соціальні проблеми, а також на самих проблемах. Історії їх рішень, обґрунтовані достовірними доказами, розкривають, чи ефективні ті відповіді, які вже існують. Головною метою цього журналістського підходу є надання глядачам більш повного та достовірного розуміння цих проблем, сприяючи їх вирішенню.

Журналістика рішень – це докладний, доказовий звіт, який надає відповіді на соціальні проблеми. Історії рішень можуть бути різноманітними, але вони спільно мають кілька ключових ознак: визначають корені соціальної проблеми;

чітко розкривають можливі відповіді на цю проблему; представляють обґрунтування впливу цих відповідей; пояснюють, чому та чи інша відповідь ефективна чи неефективна; іноді розповіді про рішення також включають ідеї, які допомагають людям краще зрозуміти, як функціонують складні системи та як їх можна удосконалити.

Прихильники журналістики рішень розрізняють концепцію "добрих новин", яка визначається поверхневим представленням відповіді без ретельного аналізу або перевірки її ефективності. Історії рішень оцінюють вже існуючі відповіді, навпаки від неперевіраних теорій, приділяють більше уваги інноваціям, а необхідній для цього людині чи установі.

Також вважається, що журналістика рішень створює важливу систему зворотного зв'язку, яка дозволяє суспільству бачити достовірні можливості та краще реагувати на нові проблеми. Таким чином, звіт про відповіді на соціальні проблеми може зміцнити суспільство, збільшуючи обіг необхідних знань для громадян, щоб вони могли ефективніше вирішувати питання в своїх громадах. У свою чергу, громади, лідери, новатори та благодійники повинні швидше приймати обґрунтовані рішення щодо політики та інвестицій.

Звичайні класичні новини, де є лише сухі фактажі того, що відбулося чи відбувається, із часом стають зовсім не цікавими аудиторії. Газети не купують, канали перемикають, онлайн-видання не читають. Найчастіше втомлюються від новин представники молодшої частини суспільства. Таке дослідження провело у 2008 році Associated Press. Зокрема, у тексті висвітлюється втома від новин, які сприймаються як негативні та безрезультативні, що призводить до явища «втоми від новин», коли люди намагаються уникнути масових медіа та утриматися від участі в актуальних подіях. Журналістика рішень стверджує, що публікації, які акцентують увагу на можливих шляхах вирішення проблем, можуть збільшити зацікавленість аудиторії, підняти її почуття ефективності та сприяти конструктивному обговоренню навколо проблематичних тем.

Журналісти-практики, які створюють матеріали у рамках журналістики рішень, стверджують, що цей підхід доповнює традиційну роль преси, надаючи громадянам більш повний погляд на проблеми. Крім того, за їхніми словами, це може посилити вплив журналістських розслідувань, надаючи докази того, що обговорювані проблеми справжньо вирішувані та вимагають уваги. [23]

У світі створюють агенції, громадські організації, спілки та цілі медіа, які працюють виключно над створенням матеріалів у напрямку журналістики рішень. Одним із прикладів такої спеціалізованої громадської організації є французька *Reporters d'Espoirs* («Репортери надії»). Заснована у 2003 році, ця мережа складається з журналістів та медіа-професіоналів, які прагнуть "продвигати в ЗМІ новини, що базуються на рішеннях". У наступному році організацію офіційно зареєстрували в ЮНЕСКО. Вони пропагують ідеї "інформаційного рішення" та "журналістики рішень", співпрацюючи з усіма видами ЗМІ для поширення цих концепцій серед широкого загалу. Протягом багатьох років вони розміщували статті у газетах "Libération" та "Ouest-France", а також у телевізійних програмах, таких як TF1, які ґрунтувалися на журналістиці рішень.

Канадські медійники також вдавалися до напрямку журналістики рішень. У 2003 році Девід Бірс заснував новинний сайт "The Tyee". Щоб висвітлити проблеми та їх вирішення, сайт включає розділ "Рішення". У 2006 році було створено товариство *Solutions Reporting*, яке закликає читачів пожертвувати кошти для фінансування журналістських позаштатних проєктів. У 2009 році бізнес-директор компанії "Beers and Tyee" Мішель Хоар створила некомерційне товариство "Tyee Solutions Society", яке випускає цілі серії статей з журналістики рішень, публікуючи їх у "The Tyee" та інших ЗМІ.

Ще одним прикладом медіа, яке спеціалізується на матеріалах журналістики рішень можна вважати «Solutions» – це некомерційне друковане та інтернет-видання, спрямоване на висвітлення ідей вирішення екологічних, соціальних та економічних проблем у всьому світі. Засноване Робертом

Костанцю, Девідом Орром і Ідою Кубішевським на початку 2010 року. У «Solutions» встановлено правило для написання публікацій, яке однаково стосується всіх статей: не більше однієї третини сторінки слід приділяти опису проблеми, а принаймні дві третини мають бути присвячені її рішенням. Згідно із роками, аудиторія постійно зростала, тому «Solutions» встановило партнерства з 350 організаціями по всьому світу, такими як Римський клуб, Фонд Девіда Судзукі, Національний центр консенсусу з питань політики (NPCC), Агентство охорони навколишнього середовища США (EPA), Стокгольмський центр стійкості, Всесвітню раду майбутнього та багато інших.

Всесвітньо відомі медіа часто введено в свої редакційні рубрики або колонки, присвячені виключно матеріалам журналістики рішень. Так, у 2010 році журналісти Девід Борнштейн та Тіна Розенберг створили колонку «Виправлення» для розділу «The New York Times». «Виправлення» - це щотижневе повідомлення з відповідями на актуальні соціальні проблеми. Згодом Борнштейн, Розенберг та журналістка Кортні Мартін разом заснували «Мережу журналістики рішень» - незалежну некомерційну організацію, яка ставить своєю місією внесення журналістики рішень в основний потік новин.

Однак, не завжди новий підхід отримує позитивні відгуки від медійників та аудиторії. Журналісти та читачі іноді висловлюють негативні думки про концепцію журналістики рішень. Однією з причин такого сприйняття є те, що журналістика рішень легко може перетворитися на піднесення героїв, не звертаючи уваги на критичні соціальні проблеми. Усе це пов'язано з тим, що журналісти не завжди можуть чітко відділити матеріали журналістики рішень від тих, які мають відзначений характер піару. Щоб подолати це уявлення і встановити чітку межу, деякі інформаційні організації створюють окремі розділи для висвітлення "позитивних новин", які можуть призвести до залучення рекламодавців чи спонсорів.

Протиріччя та спірні питання щодо матеріалів журналістики рішень не обмежуються лише питаннями піару. Критики такого напрямку також

висловлюють занепокоєння щодо можливої упередженості та адвокації. Замість цього, вони пропонують встановлення чіткої межі між інформуванням із відповідями та виступом від імені журналістів. Прихильники журналістики рішень у свою чергу висувають контраргумент, а саме, що науково обґрунтований підхід до звітування зменшує ризик упередженості та наголошують, що історії рішень не обов'язково мають впливати на читачів інструкцією до дії.

У підсумку, критики також висловлюють серйозні застереження щодо того, що в контексті висвітлення численних складних соціальних проблем не визначаються чіткі причини або чіткі шляхи їх вирішення. Це може ставити перед журналістами, які прагнуть надавати рішення, значні вимоги до експертизи в конкретній галузі, і, навіть за словами деяких критиків, отримані історії можуть бути надто спрощеними у відношенні до реальності системних проблем. [23]

Багато дослідників працюють над наданням власного тлумачення терміну "журналістика рішень". Наприклад, у своїй роботі "Сила журналістики рішень" О. Л. Каррі та К. Х. Хаммондс розглядають цей підхід як інформаційне повідомлення, яке включає в себе випадки з історіями людей, установ чи спільнот, які намагаються знайти шляхи вирішення актуальних соціальних проблем. З іншого боку, вчені та автори книги "Залучення спільнот через журналістику рішень" - А. Венцель, Д. Герсон та Е. Морено визначають журналістику рішень як окремий жанр інформаційної журналістики з рисами критичного аналізу спроб вирішення проблем, які можуть розгорнутися та поширитися у майбутньому. Не тільки закордонні, але й українські дослідники виявили інтерес до вивчення журналістики рішень. Зокрема, українська вчена Д. Лобанок визначає цей термін як підхід до створення матеріалів, в яких головною метою є пошук готового рішення проблеми, а не її проста відзначення. Багато дослідників намагаються дати своє визначення терміну «журналістика рішень». До прикладу, О. Л. Каррі та К. Х. Хаммондс у праці «Сила журналістики рішень»

інтерпретують це явище як повідомлення, що містить у собі кейси з історіями людей, установ чи спільнот, які намагаються знайти шляхи розв'язання гострих соціальних проблем. На думку інших дослідників та авторів книги «Залучення спільнот через журналістику рішень» А. Венцель, Д. Герсон та Е. Морено журналістика рішень – це вже окремий жанр інформаційної журналістики з ознаками критичного аналізу щодо спроб розв'язання проблем, які мають потенціал у майбутньому розростатись й масштабуватись. Проте не лише закордонні, а і українські дослідники зацікавилися вивченням журналістики рішень. Українська дослідниця Д. Лобанок дає таке пояснення терміну: «журналістика рішень – це підхід до створення матеріалів, в яких основною метою є пошук готового розв'язання проблеми, замість її висвітлення». [32]

Журналістика рішень має багато споріднених напрямків, які так чи інакше мають із нею спільні риси, за якими їх часто плутають. Та найбільш подібною за своєю структурою є конструктивна журналістика. Важливо усвідомити, що **конструктивна журналістика** не обмежується лише позитивними новинами, які мають стимулювати приємні емоції в аудиторії. Головна ідея полягає в тому, щоб забезпечити точне та достовірне висвітлення подій, яке є об'єктивним, і не обов'язково має бути надто веселим чи надто оптимістичним. Даніела Батіст, журналістка і дослідниця конструктивної журналістики, вважає, що головний принцип полягає в тому, щоб розкривати всю правду про ситуацію, одночасно не фокусуєчись виключно на негативі, але показуючи можливі шляхи вирішення проблеми. [17]

Ідея конструктивної журналістики полягає в тому, щоб не тільки повідомляти глядачів про наслідки подій та події самі, але й акцентувати увагу на можливих шляхах вирішення соціальних проблем. Конструктивна журналістика спрямована на представлення інформації, яка допомагає зрозуміти різні аспекти ситуації та пропонує конкретні рішення. Також важливим елементом є спосіб, яким подається інформація, і на що саме медіа роблять акцент у своєму висвітленні.

Дослідники виявили значний інтерес до конструктивної журналістики. Уве Крюгер, німецький медіадослідник з Лейпцизького університету, висловлює думку, що більшість масових ЗМІ схильні публікувати "погані" новини, зосереджуючись на негативних аспектах. За його словами, конструктивна журналістика виступає альтернативою, орієнтованою на виявлення позитивних аспектів та знаходження розв'язань проблем.

Проте за думкою данської дослідниці Джулі Арнфред Бойдесен, яка займається дослідженням конструктивної журналістики у Мальме, аудиторія сприймає більше негативних новин, ніж позитивних. У своєму інтерв'ю для "Детектора медіа" вона зауважує, що в цілому медіаконтент має тенденцію схильності до негативу, акцентуючи увагу на проблемах, скандалах, війнах та тероризмі. Це, у свою чергу, породжує виснаження та втому серед споживачів новин, що призводить до меншого читання та перегляду медіа.

У періоди соціальної напруги, коли насправді багато негативної інформації надходить від переважної частини соціальних мереж, ЗМІ взяли на себе завдання зменшити панічні настрої в суспільстві, надавати інформацію та відповіді на різноманітні запитання. Працівники медіа-індустрії повинні постійно пам'ятати про свою соціальну відповідальність, оскільки освічений громадянин - це завжди готовий до дії громадянин.

Таким вважає медіаекспертка, членкиня Комісії з журналістської етики Тетяна Лебедева. На її думку, конструктивна журналістика – це не маскуванню недоліків, не приховування правди, це намагання показати життя та події в усій різноманітності. Позитив і негатив співіснують, але добрі новини, приклади успіху в подоланні проблем і криз мотивують людей, надають крила. вважає. Конструктивна журналістика – це передусім соціально відповідальна журналістика.

Голова Фондації "Суспільність", Тарас Петрів, вказує на важливість соціальної відповідальності для журналістів та на необхідність не лише фіксувати проблему, а й глибоко її аналізувати. Він розглядає конструктивну журналістику як форму високоякісної практики, яка обов'язково має складову соціальної відповідальності та збалансованості. Такий підхід спрямований на ретельне осмислення проблем, а не лише на їхню фіксацію, уникаючи вагомого підходу сумнівної сенсаційності. Конструктивна журналістика, за його словами, є інструментом, який допомагає уникнути занурення суспільства в безперервний потік повсякденної суєти, негативу та маніпуляцій. Важливою рисою цього журналістського підходу є його спроможність дарувати суспільству більше об'єктивної правди, сили і натхнення, як це висловлював Блаженніший Гузар.

Проте це зовсім не означає, що ЗМІ повинні виключно прикрашати події чи утримувати негативну інформацію від глядачів. Основне завдання журналістів - представляти правдиву та достовірну інформацію, проте уникаючи перенадмірного акценту на негативних аспектах. Як зауважує дослідниця Джулі Арнфред Бойдесен: "конструктивна журналістика - це не викривлення реальності, а намагання представити її з різних точок зору".

Безперечно, конструктивна журналістика в першу чергу представляє високоякісну форму журналістики: надійну, об'єктивну, збалансовану та неупереджену. Про це свідчить коментар продюсерки, фрілансерки для іноземних ЗМІ, яка співпрацює з "Нью-Йорк Таймс", Марічки Варенікової в інтерв'ю для ІМП: «Цей термін, можна сказати, новий у журналістиці. Якості журналістики, такі як неупередженість, висвітлення обох точок зору, правдивість, безумовно, дуже важливі, але в сучасному світі цього вже недостатньо для високоякісної журналістики. Необхідно не лише показати обидві сторони, але й ретельно розібратися в обох точках зору, з'ясувати, чи потрібно це саме зараз, чи варто розглядати обидві. Наприклад, рівноправно представити погляди тих, хто підтримує вакцинацію і тих, хто їй проти, враховуючи наукові дослідження поряд із аматорськими точками зору, тим

самим надаючи глядачеві/читачеві спотворене розуміння. Важливо бути не лише неупередженим, адже базове розуміння добра і зла вже має у собі визначену позицію, і важливо розуміти, що журналіст завжди має свою точку зору. Передавати просто факти - це недостатньо, адже часто це може призвести до баналізації та спрощення для зручного сприйняття глядача, що в свою чергу призводить до спотвореної правди. Для мене конструктивна журналістика - це скоріше про те, як саме журналіст прагне передати інформацію. Це розуміння тим, як глядач чи читач сприйме цей матеріал і які наслідки це може мати. Можливо, конструктивна журналістика - це, перш за все, про відповідальність».

Конструктивний підхід особливо важливий у період соціальних трансформацій і кризових ситуацій, таких як війна чи епідемія. [16]

Журналістика рішень або конструктивна журналістика — за кордоном вже досить давно говорять про важливість такого виду матеріалів для аудиторії. Засоби масової інформації часто публікують в основному "негативні" новини, зосереджуючись на негативних аспектах. Альтернативою є так звана "конструктивна журналістика", яка спрямована на виявлення позитивних аспектів та розв'язання проблем. Вчений Уве Крюгер вважає, що цей підхід позитивно впливає на читачів, суспільство і самі ЗМІ.

Журналістика рішень включає в себе детальний та конструктивний опис ситуацій з дотриманням журналістських стандартів. Вона акцентує увагу не лише на проблемах, а й на їх вирішенні, розглядаючи приклади людей, які працюють над цим. Зміст цієї журналістики спрямований на пошук позитивних "відхилень", а не лише на негатив.

Уве Крюгер переконаний, що конструктивна журналістика може мати позитивний вплив на різних рівнях. По-перше, вона може забезпечити "психогігієну" для читачів і журналістів, допомагаючи їм уникати цинізму відносно постійних "поганих новин". По-друге, цей підхід може поліпшити імідж ЗМІ та розширити їх аудиторію. По-третє, конструктивна журналістика сприяє суспільному прогресові, підштовхуючи журналістів задуматися над тим,

як вони подають інформацію та чи сприяють вони позитивним змінам у суспільстві. [14]

Кілька визначних лідерів на медіаринку включили конструктивну журналістику до своєї роботи. Наприклад, «The New York Times» започаткував особливий розділ "Fixes", метою якого є пошук рішень та пояснення, чому саме вони можуть працювати. Серед його матеріалів - новини про те, як поліпшити безпеку вагітності афроамериканських жінок, як збільшити ефективність навчання дітей за участі батьків, або як місто Філадельфія бореться з наркоманією серед жінок-героїнь.

Ще один відомий веб-сайт, «The Huffington Post», має розділ "Good News", де, крім просто позитивних новин про домашніх улюбленців, представлена і конструктивна журналістика з прикладами подолання проблем та складних ситуацій. [18]

Це американське видання часто публікує тексти, що висвітлюють важливі проблеми, пов'язані із кліматом на планеті: його зміна, нестача води, викиди в атмосферу. Водночас автори пропонують конкретні їх вирішення, залучаючи до підготовки матеріалу безліч експертів. Наприклад, у статті "Can Dirt Save the Earth?" автори досліджують проблему зменшення родючості ґрунту та відновлення екосистем, і пропонують різні методи більш сталого землеробства.

Інший приклад – британське видання «The Guardian» уже давно зосереджене на розслідуванні та вирішенні екологічних проблем. Тут публікують серії статей, які висвітлюють проблеми забруднення повітря, зниження біорізноманіття, проблеми з водою та енергетикою. Водночас вони пропонують конкретні шляхи їх вирішення. «The Guardian» також впровадив розділ «The Upside», який орієнтований на використання потенціалу журналістики для сприяння позитивним змінам. «Цей розділ покликаний виявляти людей, інновації, рухи, які пропонують відповіді. Від соціально відповідальних підприємців до науковців, екологічних чемпіонів та невідомих героїв, ми розглядаємо винаходи, рішення та приклади лідерства, які

надихають», — йдеться в описі видання. Відзначається, що саме такі новини привертають увагу широкого кола читачів і здобувають численні перепости та перегляди.

Ще одним хорошим прикладом є видання «The Solutions Project». Воно зосереджене на розслідуванні проблем енергетики та пошуку енергетичних рішень. Журналісти цього видання досліджують питання енергетики, розглядають проблеми, породжені використанням вугілля та нафти, та пропонують рішення з їх заміни відновними джерелами енергії, такими як вітроенергетика, сонячна енергія та геотермальна енергія.

На таких публікаціях суспільство привчається до якісної журналістики та різнопланових матеріалів, має більшу обізнаність щодо певних порушених проблем і тем. Одним з практичних результатів журналістики рішень є різні програми з утилізації відходів та збереження енергії. Журналісти, які досліджують ці проблеми, допомагають впроваджувати нові технології та підвищувати екологічну свідомість серед населення. Наприклад, у Швеції, програма відновлюваної енергії, започаткована в результаті досліджень журналістів, допомогла значно знизити споживання вугілля та нафти.

У світі, де глобальні проблеми та виклики стають все складнішими, журналістика рішень стає важливим інструментом, який може допомогти у їх розв'язання. Журналістика рішень забезпечує інформованість та стимулює громадськість до дії. Завдяки їй, виникають нові можливості для співпраці між державними установами, науковими організаціями та громадськістю, щоб досягти спільних цілей у пошуку. [31]

Не лише продовжувати, але й зростати в поширенні конструктивної журналістики взялась особлива організація «Solutions Journalism Network». Вони визначають свою місію як: «збалансування новин історіями, які пропонують потенційні шляхи дії та алгоритми. Такі розповіді можуть підвищити рівень публічного обговорення, сприяти активності громадян, зменшити поляризацію та сприяти зміцненню демократії».

Додатково, на веб-сайті організації ви не лише зможете знайти важливі та корисні матеріали з журналістики, але також взяти участь в онлайн-курсах, що вчать, як ефективно висвітлювати конфлікти та проводити конструктивні інтерв'ю. Ця мережа також надає тренінги з журналістики рішень та об'єднує ньюзруми, готові вчитися та співпрацювати для поширення та створення подібних історій.

Європейці давно визнали необхідність навчання майбутніх журналістів вмінню сприймати конструктивний підхід, і вже у 2015 році в Данії та Нідерландах розпочався спеціалізований курс, присвячений цьому виду журналістики. Студенти на цьому курсі засвоюють методики використання позитивної психології у підготовці матеріалів.

Якщо в європейських країнах так розвинена школа конструктивної журналістики, то відповідно і матеріалів, зроблених у такому стилі більша кількість від загального контенту. Щодо української журналістики, то ситуація дещо відрізняється з європейською. Кількість прикладів матеріалів, де використовують конструктивну журналістику чи журналістику рішень у разі менша від усіх матеріалів. Поміж важливих аспектів журналістики, таких як якість і професіоналізм, об'єктивний і точний опис подій, велике значення також має передача аудиторії перспективи, варіантів рішень та можливостей вирішення конфліктів у журналістських матеріалах. У контексті сучасних реалій української аудиторії це виявляється не менш суттєвим аспектом, ніж забезпечення збалансованого та об'єктивного інформування. [18]

Журналістика рішень – це про критичне та чітке дослідження і пояснення того, як люди намагаються вирішити спільні проблеми. Хоча журналісти зазвичай визначають новини як «те, що пішло не так», журналістика рішень у свою чергу намагається розширити це визначення: відповіді на проблеми також заслуговують на публікацію. Журналісти можуть розповісти всю історію, додаючи ретельне висвітлення рішень. Більше того, журналістика рішень доповнює та посилює висвітлення проблем. Будь-яке проблемне та болюче для

соціуму питання можна краще вирішити через журналістку рішень, якщо до неї додати розслідування. До прикладу, якщо в міста є певна проблема з переробкою сміття, то можна до цього матеріалу додати розслідування, як із цією проблемою впоралися інші сусідні міста. Такий матеріал буде незручним для державних чиновників і одним виправданням з ним не впораєшся. Відповідно можновладці вимушені шукати вирішення цієї проблеми і висвітлювати його. Зміна відбувається. Історії про рішення не прославляють відповіді на проблеми та не виступають за конкретні проблеми; вони прикривають їх, досліджуючи, що було зроблено, що, за наявними доказами, спрацювало, а що ні, і чому. Вони повідомляють про обмеження відповіді. Ці історії часто починаються з даних, які показують, які місця працюють краще. Вони часто структуровані як головоломки чи певного роду таємниці. Журналісти зазвичай обирають репортажі про успішні рішення. Але історія рішень також може стосуватися часткового успіху або невдачі.

Добре зроблені історії про рішення дають цінну інформацію, яка допомагає громадам у важкій роботі по вирішенню таких проблем, як бездомність чи зміна клімату, стрімке зростання цін на житло чи низька явка виборців. Ми також знаємо з досліджень, що історії про рішення можуть змінити тон публічного дискурсу, зробивши його менш розбіжним і більш конструктивним . Розкриваючи те, що спрацювало, такі історії призвели до значних змін. [65]

Окрім того що журналісти знають про всі тонкощі вдалого матеріалу в стилі журналістики рішень існують і певні застереження. Журналістикознавці визначили те чого не варто робити:

- утримуйтеся від надання хибного враження надії. Не слід стверджувати, що хтось пережив травму і повністю одужав, якщо це не відповідає дійсності. Важливо розуміти, що не кожна історія про трагедію може або повинна ставати оповіданням про відновлення.;

- не слід створювати уявлення, що кожна ситуація обов'язково завершиться "щасливим кінцем". Авторам варто розуміти, що процес виходження з траурного періоду — це довготривалий шлях;
- відновний наратив не передбачає історії, де 90% акцентується на трагедії та лише 10% на процес відновлення. Мета матеріалів полягає не лише в описі всіх труднощів з кількома словами надії, а в акцентуванні уваги на самому процесі відновлення. [20]

Журналістика рішень — це уважний і переконливий опис відповідей на соціальні проблеми. Вона ретельно досліджує та чітко пояснює приклади людей, що активно працюють над вирішенням цих проблем. Свій фокус вона спрямовує не лише на те, що діє, але й на те, як і чому це працює чи, навпаки, чому може мати обмеження. Засновуючись на найкращих доступних доказах, вона уважно досліджує методи розв'язання проблем, часто утворюючи свої розповіді як головоломки або таємниці, що розкривають такі питання, як: "Які підходи успішні у зменшенні відсотка відсіву в державних школах? Як саме вони працюють? Що вони роблять по-іншому, що призводить до кращих результатів?"

Ще один спосіб запам'ятати це – «розповісти ВСЮ історію»:

1. W — Яку відповідь це стосується?
2. H — Як це працює?
3. O — Пропонує розуміння
4. L — містить обмеження
5. E — найважливіше, надає докази впливу

Журналістика рішень може включати звітування про відповіді, які можуть бути успішними, частково ефективними або зовсім невдалими, але при цьому надають корисну інформацію. Навіть з невдачі можна вивчити багато цікавого, як і з успіху. Головний момент - розглядати загальну картину - тобто проблему та відповідь. Важливо розглядати обидва аспекти.

Якщо історії розроблені належним чином, вони можуть надати цінну інформацію щодо того, як спільноти можуть більш ефективно вирішувати серйозні проблеми. З нашого досвіду відомо, що історії про рішення впливають на людей по-різному. Вони можуть змінити тон громадської думки, зробивши її менш конфліктною та більш конструктивною. Розкриття того, що спрацювало, також може привести до значних змін.

Ось в чому суть того, чого ми намагаємося досягти. Мета залишається не змінюється в тому, щоб люди відчувалися комфортно, передавали певну політику або ставили свої розповіді у вигляді "приреченості та марення". В контексті журналістики рішень йдеться справді про те, чим завжди була журналістика: надання інформації та розширення можливостей людей. Ми просто закликаємо журналістів зробити це більш повноцінно, щоб спробувати вивчити те, що спрацювало, нарівні з тим, що не має успіху. [66]

1.2. Співвідношення журналістики рішень із відновним наративом, журналістським розслідуванням, наглядною журналістикою, громадянською журналістикою, журналістикою позитивізму.

Під час свого формування як окремого напрямку, на основі журналістики рішень утворилися ще декілька схожих за окремими ознаками напрямків. Один із них – це громадянська журналістика. Прихильники журналістики рішень виділяють свій напрямок від **громадянської журналістики**, руху, що отримав певний імпульс у США у 90-х роках і виступав за більш активну роль журналістики у демократичному процесі. У 1998 році журналісти зафіксували

появу нового напрямку журналістики, який вивчав способи, які люди та установи використовують для вирішення соціальних проблем. Деякі критики традиційної журналістики зауважували, що основні припущення про розкриття неправомірних дій, які стали класичними, не можуть бути універсальними. Вони вважають, що просте висвітлення проблем не вирішує всі соціальні недоліки у світі.

Інші журналістичні форми також відреагували на надмірну негативність, яка часто присутня в ЗМІ. Громадянська журналістика, яка стала популярною у США у 90-х роках, заохочує активне обговорення серед читачів, стимулює їх участь у демократичних процесах та підтримує зміни. Журналістика рішень також відображає деякі особливості інших журналістських напрямків, які застосовуються в інших країнах, зокрема "конструктивна журналістика", яка була започаткована в Данії. [23]

Деякі дослідники описують цю модель як один з варіантів конструктивної журналістики. Наприклад, К. Гільденстед з Данії та К. Макінтайр з США, які спеціалізуються на дослідженні конструктивної журналістики, виділяють чотири її типи: журналістика рішень, журналістика перспектив, журналістика миру та відновні наративи. [62]

Журналістика рішень охоплює розповіді про те, як люди реагують на труднощі та подолають їх.

Журналістика перспективи, яка фокусується на майбутньому, представляє новий підхід до дослідження психологічного уявлення та оцінки можливого майбутнього, прогнозування та мрій. У цьому контексті журналісти можуть ставити запитання про те, як вирішити певну проблему, як домогтися співпраці між людьми та який прогрес вони у цьому бачать.

Журналістика миру поєднує в собі компоненти журналістики перспективи та журналістики рішень. Вчені вважають, що журналіст повинен розглядати конфлікт не лише як двобічну боротьбу, де одна сторона перемагає,

а інша програє, але і як виклик та можливість прогресу внаслідок цього конфлікту. Крім того, журналістика миру, повідомляючи про конфлікт, обов'язково вказує на те, як виник конфлікт, хто працює над його врегулюванням, та які переваги можуть виникнути в результаті відновлення та перебудови. [18]

Журналістика рішень має певні спільні риси з іншими видами журналістики. Наприклад, розглянемо на **розслідувальну журналістику**. Вона охоплює систематичне, детальне, новаторське дослідження або репортаж, що часто пов'язане з розкриттям секретів чи невідомих фактів. Деякі журналісти вказують на те, що цей вид діяльності часто вимагає активного використання загальнодоступної інформації та даних щодо питань соціальної справедливості та відповідальності. Наприклад, Нідерландсько-фламандська асоціація журналістів-розслідувачів (VVOJ) визначає розслідування як "критичну та детальну журналістику".

Деякі журналісти стверджують, що практично кожен репортаж, по суті, є розслідуванням. Це має під собою підґрунтя, оскільки методи розслідування широко використовуються як "польовими" журналістами, які постійно працюють під тиском строків, так і членами великих редакцій, які мають кілька тижнів на підготовку матеріалу. Однак розслідувальна журналістика - це більш широке поняття, яке включає специфічні методики, які межують з мистецтвом, а освоєння цих методик може зайняти роки. [37]

Свобода слова є основною ознакою демократичного суспільства. Завдяки цій свободі журналісти розповідають про різні події, такі як вибори, природні катастрофи, досягнення спортсменів та інше. Вони користуються відкритими даними або шукають сенсаційні матеріали та унікальні інтерв'ю. Однак у розслідувальній журналістиці основний акцент робиться на виявленні фактів, які влада хотіла б приховати, хоча вони є важливими для громадян. Цей тип журналістики часто називають **наглядовою**, адже термін походить від англійського "watchdog journalism".

В Україні розвиток наглядкової журналістики розпочався наприкінці 90-х років і часто пов'язується з Георгієм Гонгадзе - політичним журналістом та борцем за свободу слова, який був нагороджений званням Героя України. Весною 2000 року він започаткував одну з перших в Україні інтернет-газет "Українська правда", де публікував критичні матеріали щодо тодішнього президента України Леоніда Кучми та його оточення. Це призвело до тиску і переслідувань над журналістом, і в кінці кінців його вбили, вважаючи його "загрозою для керівництва країни" через його публікації. Ця трагедія викликала широкий резонанс в Україні та за її межами. Після подій Революції Гідності наглядова журналістика здобула новий поштовх та велику аудиторію. [63]

Після того, як ЗМІ оприлюднюють інформацію про кількість потерпілих чи загиблих, виникає потреба у журналістах вибрати правильний напрямок для подальших розслідувань. Один з потенційних шляхів – це **відновний наратив**, нова форма матеріалів, що акцентує увагу на процесі відновлення та підтримки людей після трагічних подій.

Обсяг новинних повідомлень про трагічні події - насильство, катастрофи, терористичні акти та війни - наразі надзвичайно великий. В Україні це зумовлено війною на Сході. Проте виникає питання: чи дійсно збільшилась кількість терактів та загального насильства, чи ж це лише відображає наше посилене усвідомлення про ці події?

Як для аудиторії, так і для самих журналістів, постійне виставляння негативних матеріалів в ЗМІ викликає стрес. Тому серйозним викликом для журналістів є питання, як висвітлити тяжкі ситуації та втрати. Один зі способів цього - використання відновного наративу. Цей жанр історій зосереджується на реконвалесценції та відновленні життєвої стійкості людини під час та після складних подій. Хоча цей жанр не є новим - він має відношення до журналістики розв'язання проблем та конструктивної журналістики. Відновний наратив може приймати різні медіаформи, такі як журналістика, документальне кіно, фотографія та інше.

Пошук цих матеріалів виник після аналізу традиційного підходу у ЗМІ. Хоча медіа регулярно повідомляють про травму або смерть, вони часто не пропонують шляхи виходу з цієї ситуації. У відновному нарративі історії не закінчуються звісткою про трагедію, а замість цього розповідають, як людина подолала складні обставини (зміна місця проживання під час кризи, подолання хвороби, розповідь про втрату близької людини тощо) й які емоції вона пережила в цей час. [20]

Відновний нарратив, який спрямований на висвітлення внутрішніх конфліктів, підкреслює важливість усіх зусиль, спрямованих на подолання їхніх наслідків, пояснює причини трагедій та шукає шляхи їх уникнення у майбутньому. Цей жанр акцентує увагу на відновленні життєвих сил у людей, особливо у періоди конфліктів і трагедій. Журналіст, який пише в такому жанрі, за словами Меларі Джин Теноре, має:

1. Зосереджуватися на відновленні та знаходженні надії та можливостей, висвітлюючи складну правду, а не лише руйнування.
2. Виділяти прогрес, показуючи шлях від трагедії до можливостей та розповідаючи про власний розвиток особистості.
3. Демонструвати, що життєва стійкість є навичкою, яку можна вивчити, і яка може бути корисною для інших у подібних труднощах.
4. Розуміти, що процес зцілення є тривалим, і важливо пояснювати це в представлених матеріалах.
5. Висвітлювати силу людини, наголошуючи на її внутрішніх якостях.
6. "Візит у минуле". Розглядати те, як інші люди в подібних або ще складніших ситуаціях вирішували проблеми. [18]

Матеріали у напрямку журналістики рішень, хоча й схожі з відновним нарративом, але мають власні основні компоненти:

1. Розповідь про рішення сконцентрована на відповіді на соціальну проблему та на тому, як ця реакція себе зарекомендувала, чи ні.

2. Звіт про найкращі рішення містить уроки, які роблять наочним та зрозумілим для інших способи вирішення проблеми. Іншими словами, він надає розуміння.
3. Журналістика рішень шукає докази - цифрові дані або якісні результати, які підтверджують ефективність (або її відсутність). Історії про рішення розкривають аудиторії ці докази - що вони нам говорять, а що - ні. Навіть без багатьох доказів, інноваційна відповідь може бути цікавою історією, але журналіст повинен бути прозорим стосовно недоліків та того, чому варто опублікувати цю відповідь.
4. Історії рішень розкривають недоліки відповіді. Жодна відповідь не є ідеальною, деякі працюють добре для однієї групи, але можуть бути неефективними для інших. Відповідальний репортер висвітлює те, що не працює, розміщуючи відповідь у контексті. Іншими словами, розкриття обмежень є важливим. [65]

Журналістика рішень може існувати як повноцінний окремий напрямок. Проте, навіть використовуючи певні її компоненти, які роблять матеріали повними, журналіст може структуровано та вичерпно подати інформацію і в інших споріднених стилях.

1.3. Практичний досвід українських журналістів у форматі журналістики рішень: проблемні питання

Українське журналістське середовище відзначається звичкою передавати факти з метою сприйняття. Необхідність інформування громадян про важливі суспільні події, такі як епідемії, війни чи економічні кризи, ставить перед

засобами масової інформації завдання донести цю інформацію. Однак потрібно також враховувати, що ЗМІ існують завдяки своїм читачам. Головна мета ЗМІ полягає в тому, щоб задовольняти їхні потреби. Людям часто необхідна не лише інформація про події або факти, а й розуміння наслідків цих інформацій. Наприклад, важливіше не лише повідомлення про прийняття закону у Верховній Раді, а й наслідки цього закону та його вплив на життя людей.

Українські редакції можуть вдосконалити свою роботу шляхом використання конструктивної журналістики. Цей підхід в українській журналістиці лише зароджується за думкою української журналістки та медіатренерки Тетяни Матичак. Його розвиток можливий у декількох напрямках: редакція може займатися пошуком можливих рішень проблеми в матеріалах, які готує головний редактор; також журналісти самостійно можуть пропонувати використання елементів конструктивної журналістики. Медійна експертка також вважає, що розвиток журналістики рішень в Україні можливий, при цьому підтримуючи читачів.

За словами Дмитра Олійника, видання часто змагаються за перегляди і завдяки цьому журналісти часто створюють матеріали, які вимагають мінімальних зусиль, а привертають максимальну увагу. Це пояснює невелику популярність конструктивної журналістики, вважає журналіст видання "Апостроф" Дмитро Олійник. Однак журналісти, як автори конкретного контенту, можуть впливати на те, щоб читачі бажали читати якісні матеріали, які змусили б їх розуміти проблеми та включатися в критичне мислення.

«Звісно конструктивна журналістика може існувати і пропонувати читачу рішення, але лише у вузьких сферах, тобто там, де це рішення може працювати. Наприклад, в юридичній сфері, де підґрунтям для конструктиву є закон та судова практика, – вважає Дмитро Олійник. – Але навіть у юридичній площині напрацьоване рішення може не працювати через правовий нігілізм в країні – багато проблем у нас вирішуються поза законом або всупереч йому. Так само це стосується і політичної сфери, де політичні рішення звикли приймати

неформально та одноосібно, без попередніх консультацій з громадськістю та експертами». [24]

Британський журналіст і автор книг про російську дезінформацію та пропаганду, Пітер Померанцев, виступаючи на IV міжнародному форумі «Креативна Україна» у листопаді 2020 року, вказав, що конструктивна журналістика має бути ключовим принципом у редакційних стратегіях. Йому важливо, щоб журналісти враховували можливі наслідки та ефекти їх матеріалів. Головна мета конструктивної журналістики – стимулювати глядачів чи читачів розмірковувати про можливі рішення проблем, уникаючи політичного впливу.

Померанцев підкреслив, що редакції ЗМІ та журналісти повинні передбачати наслідки своїх матеріалів, розглядаючи, чи сприятимуть вони збільшенню поляризації в суспільстві та поширенню ненависті, чи, навпаки, сприятимуть налагодженню конструктивного діалогу та взаєморозумінню між людьми. [25]

Згідно із дослідженням Центру контент-аналізу, новини в онлайн-медіа, що викликають негативні емоції, становлять у чотири рази більший обсяг, ніж ті, які викликають позитивні реакції. Виглядає, що завданням журналістів є не лише попередження про загрози, такі як кризи, тероризм, злочинність чи забруднення, але й подання інформації різними способами. Наприклад, замість того, щоб повідомити про самогубство, можна розповісти, як йому можна запобігти – ось що називається журналістикою рішень.

Журналістика рішень не обмежується лише "хорошими новинами". У фокусі цього підходу – не лише висвітлення проблем, але й надання варіантів їх вирішення, а також обґрунтування того, як і чому рішення може або не може працювати в різних ситуаціях.

Ідея журналістики рішень полягає в розширенні погляду на проблеми через конструктивний аналіз ситуацій, розгляд їх з різних ракурсів та пошук аналогій в інших регіонах чи країнах. Наративи можуть включати як позитивні, так і

негативні аспекти, успіхи та невдачі, корупцію та боротьбу з нею. Обов'язковим елементом є висвітлення контексту, щоб аудиторія отримала справедливе та точне уявлення про світ. Журналістика рішень менше орієнтована на скандали та конфлікти, уникає перебільшення негативу і не прагне викликати бурхливі емоції.

Але для створення матеріалів у жанрі журналістики рішень недостатньо просто приховувати негаразди, уникаючи інформації про ДТП, вбивства, пожежі та катастрофи, та змінювати заголовки на штучно оптимістичні. Спільно із цим необхідно:

- дотримуватися стандартів журналістики і повідомляти всю наявну інформацію;
- пропонувати рішення, навіть якщо їхня ефективність не гарантована;
- показувати контекст ситуації, який може сприяти адекватній реакції інших;
- розповідати про всі можливі ризики та уникати перебільшеної похвали наявних рішень.

Публікації, що базуються на рішеннях, відзначаються позитивним соціальним впливом, привертають увагу аудиторії та надають їй впевненість у здатності змінити щось. Згідно з дослідженням Center of Media Engagement, конструктивний підхід до журналістики допомагає медіа покращити відносини з аудиторією. Якщо історія має основні елементи журналістики рішень (проблема, рішення, реалізація, результати, розуміння), вона може:

- збільшити наміри читачів активно брати участь у житті своєї громади;
- викликати інтерес читачів до проблеми та прагнення отримати більше інформації про неї;
- сприяти оптимістичному настрою читачів;
- подати доказ того, що існують ефективні шляхи вирішення проблем.

Крім того, читачі з більшою ймовірністю реагуватимуть на таку статтю у соціальних мережах. [19]

У вітчизняних медіа можна знайти приклади конструктивної журналістики, переважно в спеціальних рубриках і проектах. Наприклад, на порталі "Українська правда" в рубриці "Життя" діє кілька спецпроектів, які увібрали у себе суть журналістики рішень. Ці проекти акцентують увагу на позитивних рішеннях у складних соціальних ситуаціях. Наприклад, проект "Життя з "нуля" розповідає історії успіху українських переселенців, які зуміли досягти успіху, інтегруючись у нові громади. Інший проект, "Нові громади", фокусується на успішних історіях українських міст в контексті децентралізації.

Низка матеріалів видання "Газета по-українськи" присвячена прикладам успішного дрібного підприємництва, де автори діляться досвідом звичайних людей, які змогли подолати фінансові труднощі, започаткувавши свій унікальний бізнес. Крім того, у виданні "Kyiv Post" розміщено статті з серії "Журналістика толерантності", де автори розповідають історії людей з чутливих груп населення, які демонструють зміни та надихають інших.

Однак куратор проекту "Журналістика Толерантності" Альона Жук вважає, що не у всіх випадках використання принципів конструктивної журналістики є доцільним, проте у більшості соціальних матеріалів їх використовують. Зазначається, що попри наявність прикладів конструктивної журналістики в українських медіа, їхня кількість залишається під питанням порівняно з іншими матеріалами. Інститут масової інформації планує провести моніторинг рівня присутності конструктивної журналістики в українських ЗМІ. [17]

Інтернет-ЗМІ "Рубрика" – українське видання, створене у форматі журналістики рішень, яке також охоплює актуальні події в Україні та по всьому світу. Сайт доступний українською, англійською та російською мовами. Засновниця та головна редакторка – Анастасія Руденко.

У 2018 році Анастасія Руденко заснувала видання "Рубрика" і стала його головною редакторкою. Онлайн-версія вийшла у світ 22 березня того ж року.

Медіа розроблено як суспільно-політичне, з акцентом на питання екології, урбанізму та прав жінок.

Український медіапростір відзначає "Рубрику" як видання з високими журналістськими стандартами та спрямоване на медійну грамотність. З 2020 року "Рубрика" презентує себе як медіа рішень – перша в Україні, що відтоді застосовує принципи журналістики рішень. У центрі роботи видання – не лише проблеми, а й шляхи їх вирішення. Вересні 2020 року до української та російської версій сайту було додано англomовну версію.

"Рубрика" виступає як медіапартнер заходів, спрямованих на пошук рішень для різних проблем. Серед них: Національний конкурс ІТ-рішень для громад Східної України, онлайн хакатон Hack for Locals, Київський інвестиційний форум та Міжнародний ІТ форум.

Видання працює у форматі журналістики рішень, що зосереджується на відповідях на соціальні питання, а також на самій суті проблем. Матеріали у цьому форматі включають пояснення, як і чому певні рішення працюють чи ні, з якими викликами стикаються герої і які результати вони отримали, а також як можна масштабувати такі рішення.

Структура сайту:

- **Що відбувається** — актуальні матеріали про політику, економіку тощо.
- **ЕкоРубрика** — спецпроект "Рубрики" розглядає екологічні проблеми України та світу та пропонує відповіді на них. Крім цього, в рамках проекту була створена серія фільмів, присвячених екологічним питанням в Україні, таким як затоплені шахти на Донбасі, стан українських ґрунтів і т.д.
- **Небайдужа** — є спеціальною секцією, призначеною для активних жінок у соціумі. У межах цієї рубрики були проведені десятки інтерв'ю з видатними українськими жінками, такими як Яніна Соколова, Ольга Айвазовська, Наталія Жижченко, Мирослава Гонгадзе та інші. Крім того, "Небайдужа" активно висвітлює питання, пов'язані з проблемою домашнього насильства.

- **еРубрика** — про діджиталізацію та технологічні рішення.

- **Кейси** — рубрика про історії підприємців, соціальних ініціатив та практики, варті поширення.

- **УрбанРубрика** — присвячена розвитку міст та міським практикам. [38]

Звісно, українські журналісти слідкують за своїми колегами закордоном. Проте, коли в Європі та США журналістика рішень вже активно використовується як спосіб подачі переважної більшості матеріалів, то в Україні вона лише набуває популярності та зацікавленості серед журналістів.

Незалежно від того, що журналісти розповідають сьогодні, завжди стоїть питання про перспективу та вплив новин на наш світ. Оскільки громади швидко розробляють новаторські рішення, журналістам важливо швидко поширювати цю інформацію, а одним із засобів цього досягнення є використання журналістики рішень. Традиційна форма журналістики зосереджена на відповідях на питання "хто, що, де, коли і чому". Однак в аудиторії може виникати відчуття безпорадності, якщо вона не отримує конкретних рекомендацій щодо подальших кроків після отримання інформації. Журналістика рішень додає ще один аспект - "що робити далі?". Основна різниця журналістики рішень полягає в тому, що вона спрямована на відновлення рівноваги у подачі новин та відокремлення їх від надмірної сенсаційності, негативу та зосередженості на проблемах. [19]

Висновки до Розділу I

Журналістика рішень — це уважний і переконливий опис відповідей на соціальні проблеми. Вона ретельно досліджує та чітко пояснює приклади людей, що активно працюють над вирішенням цих проблем. Свій фокус вона спрямовує не лише на те, що діє, але й на те, як і чому це працює чи, навпаки, чому може мати обмеження. Засновуючись на найкращих доступних доказах, вона уважно

досліджує методи розв'язання проблем, часто утворюючи свої розповіді як головоломки або таємниці, що розкривають такі питання, як: "Які підходи успішні у зменшенні відсотка відсіву в державних школах? Як саме вони працюють? Що вони роблять по-іншому, що призводить до кращих результатів?"

Безумовно, конструктивна журналістика – це насамперед якісна журналістика: достовірна, об'єктивна, збалансована та незаангажована. І незважаючи на те, що наразі конструктивна журналістика є напрямом досить новітнім для українських медіа, ми спостерігаємо тяжіння до неї принаймні в складних ситуаціях. Медіа мають бути флагманом якісної та конструктивної інформації, до якої звертатиметься суспільство в найкритичніші моменти для ухвалення важливих, а іноді й життєво важливих рішень.

Журналістика рішень може існувати як повноцінний окремий напрямок. Проте, навіть використовуючи певні її компоненти, які роблять матеріали повними, журналіст може структуровано та вичерпно подати інформацію і в інших споріднених стилях, таких як відновний нарратив, журналістика миру, журналістика перспектив, наглядова журналістика та розслідувальна журналістика.

Звісно, українські журналісти слідкують за своїми колегами закордоном. Проте, коли в Європі та США журналістика рішень вже активно використовується як спосіб подачі переважної більшості матеріалів, то в Україні вона лише набуває популярності та зацікавленості серед журналістів.

РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТІВ У ВОЄННИЙ ЧАС У КОНТЕКСТІ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ

2.1. Особливості роботи журналіста в період війни

Журналіст у своїй професійній кар'єрі постійно має велику кількість помічників. Таке заняття вимагало знання психології людини, щоб досягнути всю інтригу спілкування з різними верствами населення. Час від часу журналіст сам виступає в ролі порадики для героїв своєї статті, тому що він дає їм можливість обговорити їхню проблему та пропонує їм рішення. Вигідним додатковим бонусом за спілкування з журналістами є думка експертів вузького профілю, з якими герой не може безпосередньо спілкуватися.

Сьогодні журналіст має бути готовий до будь-якої небезпеки, чи то фізичне насильство, чи то можлива втрата посади. Журналіст має бути готовий висвітлювати не лише політичні ситуації, але й наслідки жахливих терактів. У кожній конкретній обставині ви повинні мати здатність зберігати об'єктивну перспективу, не піддаватися впливу інстинкту самозбереження.

Із багатьох професій журналістика – найбільш стресова спеціальність. Психологи з Манчестерського університету (Англія) на підставі своїх досліджень, що тривали протягом року, склали шкалу стресів для 150 професій. Ступінь стресу оцінювали за кількістю інфарктів, інших захворювань, розлучень, автомобільних аварій, поширеності алкоголізму у зв'язку з відповідними для досліджуваного професіями. Отримані результати оцінювали за 10-бальною шкалою. Журналісти отримали оцінку стресу 7,5, що посідає лише шахтарів (8,3 бали) та міліціонерів (7,7 балів). Вони були першими, хто займав позиції в усіх сферах інтелектуальної діяльності. У всьому світі, а особливо в Україні, журналісти зазнають значного морального, психологічного та фізичного тиску з боку тих, хто хоче приховати інформацію від суспільства та перешкодити

працівникам ЗМІ виконувати свою роботу. Крім того, до професійно значущих якостей журналіста важливо віднести його життєву силу, оскільки від цього залежить, наскільки людина здатна витримувати напругу ситуації, зберігати внутрішню послідовність і успішність своєї діяльності. [34]

Журналісти, як цивільні особи, можуть користуватися захистом, поки залишаються поза військовими конфліктами. Оскільки вони є сторонніми спостерігачами, а не учасниками бойових дій, журналісти не мають права брати участь в бойових діях, носити зброю, або перебувати непогоджено у небезпечних місцях біля важливих військових об'єктів. Існують дві категорії журналістів, які можуть працювати в зоні збройних конфліктів та які мають захист згідно міжнародного гуманітарного права: журналісти, прикріплені до військової частини, і оперативні військові кореспонденти.

Згідно з Гаазькою конвенцією 1907 року "Про закони і звичаї сухопутної війни", статус журналіста під час війни було перше визначено. Законодавство України також містить норми, які надають засобам масової інформації право відряджати журналістів у місця збройних конфліктів та терористичних актів, а також визначають обов'язки журналістів щодо користування отриманою там інформацією. При цьому всю відповідальність за відряджених журналістів несе засіб масової інформації, що їх відряджає.

Журналісти та інші працівники, які відряджаються в райони збройних конфліктів, підлягають обов'язковому страхуванню та повинні бути забезпечені засобами захисту від уражень та медичними аптечками. Важливою частиною їхньої роботи є збереження нейтральності та безпеки як для себе, так і для отриманої ними інформації.

Звичайно, військова журналістика традиційно вважається окремим жанром журналістської діяльності. Вважається, що різноманітність жанрів в журналістиці дозволяє більш ефективно виконувати важливі функції журналіста та визначає його місце в сучасному медіапросторі. Це призводить до розділення мілітарної журналістики від більш універсальних форматів. Згідно з теоріями

дослідників, мілітарна масова комунікація вимагає спеціальних знань та навичок, які можуть бути недоступні цивільним медійникам.

Проте належить врахувати інший погляд, згідно з яким військовий журналіст – це насамперед не лише представник ЗМІ військової структури, але й фахівець, який перше за все повинен якісно повідомляти суспільство про армію. Однак це є складним завданням, оскільки досвід інших країн показує, що такий підхід може стикатися з проблемами. Наприклад, в США під час війни у В'єтнамі журналісти військових ЗМІ були, фактично, пропагандистами. Проте пізніше, під час подій у В'єтнамі, Афганістані та Перській затоці, вектор військової журналістики змінився, ставши більш об'єктивним, а це спричинило хвилю обурення в суспільстві через показ істинного обличчя воєнного конфлікту.

У світлі цих подій військових кореспондентів почали готувати разом із солдатами, а також розвивати феномен "вмонтованої журналістики". Однак ця форма діяльності мала свої недоліки, так як разом із нею прийшли численні обмеження, які можуть включати в себе недопущення розголошення інформації про розташування військових сил та інші конфіденційні дані. Це явище дало поштовх "віртуальній" війні – конфліктів інформаційного характеру, що виникають паралельно з реальними бойовими діями.

Що стосується української журналістики військової, то з 1991 року до 2014 року такого жанру не існувало. Тобто, щоб такий продукт вважався мілітарним і українським, він має відповідати певним критеріям. Таких критеріїв кілька:

- Критерій видавця – це можуть бути партизанська структура, регулярна армія, парамілітарна, комбатантська організація, воєнізована структура, військово-історичні товариства, спеціалізовані видавництва.
- Критерій аудиторії – перш за все військовослужбовці, представники правоохоронних органів, воєнізованих структур, ветерани військової служби, аудиторія, що цікавиться військовою темою або історією.

- Критерій змісту – видання повинно містити військово-політичну чи військово-історичну проблематику.
- Критерій політико-ідеологічний – в основі якого є ідейно-концептуальна складова, себто у виданні обов'язково повинна бути викладена мета української державності та національна українська ідея.
- Критерій мови – видання повинно друкуватися державною, тобто українською мовою (враховуючи критерій політико-ідеологічний). Друк іншими мовами допускається в межах задіяння пропаганди та контрпропаганди.

Внаслідок аналізу можна визначити, що до 2014 року українська військова журналістика існувала вже протягом минулого століття, незважаючи на велику кількість видань різного типу. Одним із прикладів є статті у пресі Легіону Українських Січових Стрільців, табірні публікації під час Першої світової війни, видання під час 35 національно-визвольних змагань, а також військова журналістика української діаспори у 20-30-х роках, частково преса під час Другої світової війни та після неї.

Протягом періоду незалежності країни після 1991 року, коли суспільство переважно мало нейтральні або пацифістичні погляди, в Україні відсутня була особлива потреба у військовій журналістиці, у медіатизації історичної героїки збройних конфліктів та у військовому дискурсі. Ця ситуація тривала аж до 2014 року, коли здавалося, що українським ЗМІ та суспільству не потрібна військова журналістика, оскільки Україна не брала участі у збройних конфліктах, не розвивала ядерну зброю, а в армії не виникало надмірного бажання служити, а НАТО українцям не здавалося необхідним. Однак все змінилося у 2014 році, коли почалася внутрішня воєнна агресія після анексії Криму, що спочатку була названа Антитерористичною операцією, а пізніше – Операцією об'єднаних сил. [15]

Засновуючись на матеріалах журналістики ХХ століття, можна вивчити функції військової журналістики, які існують і до цього часу. Цікавий підхід до застосування теорії в практиці можна знайти у праці С.І. Горевалова "Військова

журналістика України: історія та сучасність" (Львів, 1998). Ця праця в основному присвячена історії журналістики. Однак автор правильно досліджує також функції української військової преси в Галичині міжвоєнного періоду. Автор намагається охопити всі аспекти, що були обговорені на цю тему різними вченими.

Він організував наявний матеріал у чотири основні категорії, розподіливши їх за соціальними, економічними, соціально-психологічними та загально-психологічними функціями.

Соціальна категорія включає в себе такі підгрупи, як комунікаційна, інформаційна, консервативна, деструктивно-інтеграційна, соціально-регулююча, контрольна, управлінська, реалізація соціальної активності, культурна, рекреаційна, ідеологічна, політична та науково-дослідницька.

До категорії економічних функцій належать регулятивна, контрольна економічна, інформаційна, консервативно-економічна, управлінська та рекламна.

Соціально-психологічні функції охоплюють фактори соціальної орієнтації, участі у формуванні громадської думки, афіліації, міжособистісного спілкування, самовираження та парасоціальної комунікації.

Загально-психологічні функції включають релаксацію, утилітарне користування, самоізоляцію та стимулювання.

Концепція С. І. Горевалова визначається бажанням врахувати всі аспекти, що призводить до переоцінки численних функцій та часткового їх повторення в різних категоріях (наприклад, виділення інформаційної функції в групах соціальних та економічних функцій) та відсутності ієрархії (наприклад, розташування ідеологічних та політичних функцій після рекреативних). [30]

Сьогодні в умовах російсько-української війни 2014-2023 рр. актуальність історичного досвіду роботи військових журналістів в умовах бойових дій підвищилась в рази. [35]

Сучасне світове співтовариство живе в епоху глобальних соціально-політичних змін, які викликають і сприяють численним військовим конфліктам. Розподіл політичного та економічного впливу, гонитва за територіями та ресурсами, релігійні та культурні відмінності – все це суттєві причини воєн як у минулому, так і в сьогоденні. Журналістику прийнято вважати небезпечною і важкою професією. Статистичні дані свідчать про те, що журналісти вважаються однією з найтоксичніших сучасних професій. Міжнародний комітет із захисту журналістів задокументував, що з 1992 по 2017 рік 1285 журналістів були вбиті в усьому світі через виконання службових обов'язків, 40% з них були вбиті під час висвітлення війни та інших насильницьких конфліктів. У деяких країнах великі ЗМІ вважають ворогом, а журналістів — загрозою. Зазвичай війна пов'язана з небезпекою та невизначеністю, але шанси тих, хто бере участь у розгортанні конфлікту, значно зросли.

Зростання кількості жертв серед військових журналістів обумовлено не однією конкретною причиною, а є результатом взаємодії декількох взаємопов'язаних факторів. За словами відомого американського військового репортера Джеймса Брабазона, серед них першочергово слід визначити низький рівень оплати роботи військових журналістів, легкість проникнення в зони конфліктів, легкість та маневреність нового обладнання, висока популярність військових фотографій і відео, а також збільшення кількості самих конфліктів.

Вперше правовий статус журналістів на війні було визначено Гаазькою конвенцією 1907 року "Про закони і звичаї сухопутної війни". Згідно зі статтею 13 додатку до конвенції, особи, які супроводжують армію, але не належать прямо до неї, такі як кореспонденти газет і репортери, маркітанти та постачальники, які потрапляють до рук ворога і його розглядають як доцільне затримати їх, наділяються правами військовополонених, за умови наявності у них посвідчення від військового керівництва армії, яку вони супроводжували. Забезпечення безпеки журналістів під час війни було предметом регулярних обговорень на

засіданнях Генеральної Асамблеї ООН протягом 1970-х років. Додаткові протоколи до Женевських конвенцій, які були санкціоновані 8 червня 1977 року, включали розділ, присвячений статусу військових журналістів («Розділ III. Журналісти») у Додатку I до Протоколу. У цьому розділі знову підтверджується, що журналісти є цивільними особами, але з уточненням: «Як такі, вони (журналісти) користуються захищеним статусом відповідно до Конвенцій, і цей Протокол конкретно стверджує, що вони не порушують свій статус цивільних осіб і не втручаються у права військових кореспондентів, пов'язані зі Збройними силами».

В перший день війни більшість телевізійних каналів України, таких як «1+1», «Інтер», «СТБ», «UA: Перший», «UA: Культура», «ICTV», Рада ТРК Київ та кілька провідних радіостанцій, об'єднали свої зусилля для підготовки новин та аналітичних матеріалів про оборону держави. Розпочався телевізійний марафон під назвою "Сильні разом", який включав у себе створення та трансляцію єдиної новинової програми "#UАразом" українською, англійською та російською мовами.

На той момент супутниковий сигнал каналів був розкодований і доступний для безоплатного використання всіма охочими. Мережі мовлення "Меґого" та "Світ ТВ", а також інші, надали безкоштовний доступ до каналів, що транслюють важливі новини. Державна платформа цифрового доступу до документів "Дія" надала усім користувачам інструмент "ДіяТВ", який забезпечує безкоштовний доступ до телевізійного сигналу на екранах смартфонів. Провідні медіагрупи виступили зі спільною заявою щодо мовлення під час воєнного стану, в якій вони обіцяли надавати громадянам якісні новини, припиняти будь-яке політичне протистояння та досягти повної синергії між медіа до перемоги.

Україна стала головною темою для більшості західних ЗМІ. Незважаючи на можливі ризики, значна кількість кореспондентів прибула в Україну. 10 березня 2022 року Михайло Подоляк, радник голови Офісу Президента України,

повідомив: "Майже 2000 іноземних журналістів щодня перебувають у найгарячіших точках цієї війни".

На 4 квітня 2022 року, згідно з інформацією від офісу генерального прокурора України, протягом періоду з 24 лютого 2022 року, коли тривала російська агресія, загинуло 18 журналістів в Україні, а також є численні випадки поранення та викрадення представників ЗМІ.

Паралельно з веденням бойових операцій, країна-агресор активізувала гібридні методи війни, зокрема інформаційні війни, які включають поширення дезінформації та фейків, використання цифрових технологій, тролів та ботів тощо. Ці заходи були підняті на вищий рівень, інтенсивність їх використання досягла апогею протягом перших двох тижнів війни. З 2014 року, ще з часів анексії Криму та початку війни на Донбасі, в Україні приділялася велика увага підвищенню медіаграмотності громадян та протидії інформаційним війнам. Був складений та оприлюднений "Білий список" якісних медіа, які можна вважати довіреними. У зв'язку з повномасштабною війною така діяльність держави та волонтерів, спрямована на протидію медіавійнам та підвищення медіаграмотності, значно зросла і набула інтенсивного характеру.

З 24 лютого 2022 року до 6 квітня 2022 року основні теми, які висвітлювались у західних та вітчизняних ЗМІ, включали: опис початку широкомасштабної війни, оперативна інформація щодо об'єктів та міст, які стали об'єктом атак, статистика щодо жертв з боку нападника, втрати військової техніки від ворога, санкції західних країн проти Росії, аналіз та прогноз дій агресора, висвітлення гуманітарної кризи у мирних містах України, організація коридорів для евакуації мирних громадян, репортажі та нариси про героїчний опір захисників України, координація дій волонтерів, новини та аналітичні матеріали про термінові зустрічі, заходи та наради в ООН, НАТО, зустрічі представників України з російською стороною у Білорусі та Туреччині, виступи Президента США Байдена, Генерального Секретаря НАТО Єнса Столтенберга, виступи Президента України перед парламентами майже всіх потужних

демократичних країн світу, звірства російських військових проти мирних громадян у Бучі та інші події.

Президент України Володимир Зеленський забезпечував належний рівень спілкування з громадянами України через щоденні виступи, в яких висвітлювалися важливі аспекти ходу оборони, пояснення позиції держави, підтримка військових, інформування про взаємодію із західними союзниками, а також інші актуальні події.

Медійний аналіз показав, що найактуальніші теми та популярні жанри включали різноманітні аспекти війни, а платформа Telegram набула значної популярності як засіб поширення медійної інформації.

Важливі події зазначалися на сайті єдиного музею новин, який щоденно публікував 4500 перших сторінок провідних друкованих ЗМІ з усього світу, від "New York Times" до "The Australian". Важливість теми війни демонструвалася трансляціями на таких телеканалах, як BBC, CNN, FOX News та інших, а також новини провідних інформацій. [21]

Висвітлення військових дій є одним із найскладніших завдань для будь-якого журналіста чи організації, яка видає журнал, і це особливо актуально через потенційну небезпеку для здоров'я та життя репортера. Надзвичайно важко оцінити та збалансувати розрізнену, суперечливу інформацію, яку повідомляють, важко визначити, що саме відбувається, і також важко представити об'єктивне бачення подій, зокрема щодо країни, в якій живе сам репортер. Основним джерелом інформації для тих, хто планує небезпечну відрядження або очікує тривалої подорожі в нестандартних ситуаціях, був і залишається досвід їхніх попередників. Поведінка кожного кореспондента в гарячій точці є багатогранною, включаючи особисту безпеку людини та безпеку його колег. Усі ці аспекти враховуються при визначенні поведінки. Дуже важливо розуміти, як поводитися і як виконувати завдання в таких ситуаціях. [64]

2.2. Специфіка роботи журналіста з військовими.

Наша сутність формується через те, що ми вживаємо в їжу та те, яку інформацію ми споживаємо. Ми стаємо тими, кого оточує інформація — чи то боротьба між зрадою та перемогою, чи реформи проти інфляції, новини з АТО або пошуки шляхів до миру. Це все відбувається на тлі наших новин, де кількість кримінальних подій наголошує на небезпеці навколишнього світу. Проте навіть у цьому інформаційному ландшафті має існувати світло в кінці тунелю.

Ця нова форма журналістики використовує методи позитивної психології, коли йдеться про написання новин, не відмовляючись від основних журналістських стандартів. Це можливість показати людям альтернативні шляхи, вказати варіанти вирішення проблем та надати можливості виходу з кожної складної ситуації. [17]

Мета журналістики рішень полягає не лише в повідомленні людей про факти та події, що відбулися, але й у вказівці на можливі шляхи вирішення соціальних проблем. З огляду на повномасштабне вторгнення в Україні, у журналістів виникла нова сфера роботи, включаючи матеріали про військових та цивільних, постраждалих від війни, а також про чинних військових та вимушених переселенців. Повноцінно розкрити такі важливі і складні теми можна лише за допомогою матеріалів у стилі журналістики рішень.

В таких обставинах журналіст повинен мати не лише моральну готовність до інформації, яку він отримає, обробить і представить аудиторії, але й виявити стресостійкість та холонокровність. Крім того, важливо, щоб він був ознайомлений з усіма аспектами підготовки матеріалів на цю тематику, щоб адекватно підійти до героїв та уникнути травмування їх своїми запитаннями.

Посібник Українського ветеранського фонду "Як писати про ветеранів" містить низку рекомендацій для представників медіа щодо створення матеріалів про ветеранів. Писати про ветеранів — це важливий вид журналістики, який

може підвищити усвідомленість суспільства щодо їхнього внеску та проблем, з якими вони зіштовхуються. Важливо надавати голос ветеранам та висвітлювати їхні історії з гідністю та повагою. Кілька порад щодо того, що писати про ветеранів:

1. Життєві історії ветеранів. Детально розповідайте про особисті переживання та досвід конкретних ветеранів – їхні враження від участі у війні, службу та адаптацію до цивільного життя.

2. Досягнення та подвиги ветеранів. Акцентуйте на досягненнях та героїчних вчинках ветеранів, які вони здійснили під час війни та в подальшому.

3. Суспільний внесок ветеранів. Покажіть, як ветерани вносять свій вклад у розвиток суспільства через волонтерську роботу, громадську діяльність або професійну кар'єру.

4. Досягнення в науці, мистецтві та бізнесі. Підкресліть досягнення ветеранів у галузі науки, культури та бізнесу, відмінні від їхніх військових досягнень.

5. Розв'язання проблем. Детально розгляньте проблеми, з якими стикаються ветерани, такі як ментальне та фізичне здоров'я, трудова інтеграція тощо, та акцентуйте на зусиллях, спрямованих на їх вирішення.

6. Підтримка та ресурси. Поширюйте інформацію про організації та ресурси, що надають підтримку ветеранам та їхнім сім'ям.

7. Різноманітність ветеранської спільноти. Враховуйте різноманітність ветеранської групи, включаючи різний вік, стать, етнічне походження та військовий досвід.

8. Значення соціальної підтримки. Виділяйте важливість соціальної підтримки для ветеранів у процесі їхньої реінтеграції у суспільство.

У цивільному житті неодноразово відзначається той факт, що деякі особи, які проходили військову службу, не завжди ідентифікують себе як ветерани. Часом вони утримуються від вказівки на свій ветеранський статус, можуть приховувати цей факт або не розуміти, що вже є ветеранами. Частина активних

військовослужбовців на сьогоднішній день стали ветеранами через свою участь у російсько-українській війні, що почалася з 2014 року. Отже, при створенні матеріалів про ветеранів слід дотримуватися кількох рекомендацій.

1. Уникаючи занадто великої героїзації, важливо утримувати образ ветерана від такого, що може викликати розчарування. Одночасно важливо пам'ятати, що військова служба змінює цивільне життя на військове, і ветеран взяв на себе відповідальність за захист країни. Цивільне населення також несе свою відповідальність. Немає потреби чекати, що ветерани, повертаючись, повинні взяти на себе відповідальність за відновлення країни, встановлення порядку на місцях, або "впорядкованість в уряді". Відповідальність за післявоєнне відновлення суспільства і країни покладається на всіх громадян України.

2. Уникаємо повторення тих самих осіб у сюжетах. Ветерани — це не лише особи, які часто з'являються в медіа. Намагаємося представляти ветеранську групу в медіа, яка раніше не отримувала належної уваги, але водночас користується повагою своїх товаришів та має історії успіху, хоч і може бути скромною. Успішність інтерв'ю, сюжету чи програми не завжди пов'язана з кількістю прихильників у ветерана.

3. В армії беруть участь особи різної статі, віку, з різним професійним досвідом та іншими відмінностями. Серед представників Збройних Сил різні погляди, політичні переконання та соціальний статус. Однак, важливо не звертати на це особливу увагу, якщо ця інформація не є ключовим елементом повідомлення.

4. Утримуйтеся від наголошення на зовнішності, такі як нігті, вії, волосся, макіяж (не пропагандуйте "інстаграм-стереотип" — красива і сильна) чи стилізація зовнішності через бороду, вуса, лисину ("як сексі-воїн", справжній козак, вікінг) і подібне. Наприклад, уникайте висловлювань типу "навіть під час тягання снарядів вона встигає доглядати за собою", або "вас

чудовості стрижка і борода — ви не воюєте? коли ви знаходите час для цього?"

Жінки-ветеранки часто стикаються з особливими труднощами та проблемами, тому важливо відображати їхні життєві історії з об'єктивністю та повагою. Ось декілька рекомендацій щодо створення матеріалів про цих жінок.

1. Надайте можливість жінкам-ветеранам висловлюватися особисто. Дозвольте їм ділитися своїми переживаннями та враженнями від військової служби, акцентуючи на їхніх досягненнях.
2. Розглядайте різноманітність ветеранського досвіду. Усвідомлюйте, що жінки-ветеранки можуть мати різні службові спеціалізації. Підкреслюйте їх різноманітні ролі та вклад у суспільство.
3. Визначайте сильні сторони. Зосереджуйтеся на сильних сторонах та досягненнях жінок-ветеранок, а не на їхньому гендері або військовому статусі.
4. Підкреслюйте гендерну рівність. Досліджуйте питання гендерної рівності в контексті військової служби та ветеранської спільноти, відображаючи зусилля на підтримку рівних можливостей для жінок.
5. Враховуйте інтереси поза військовою службою. Дізнавайтесь про захоплення та активності жінок-ветеранок в сферах поза військовою діяльністю, таких як волонтерство, освіта або громадська участь.
6. Протидійте стереотипам. Уникайте узагальнень та стереотипних уявлень про жінок-ветеранок, уникаючи зображення їх як вразливої частини армії або зосереджуючись лише на їхній особистому житті після служби.
7. Не слід докладати зайвих зусиль, щоб пояснювати, чому жінка вирішила служити в армії. Такий підхід підсилює уявлення про те, що військова служба — це справа виключно для обраних жінок, які проявляють надзвичайну сміливість чи фізичну силу. Важливо розуміти, що захист держави є обов'язком усіх громадян України.
8. Не рекомендується дізнаватися про військові досягнення, чи вони здійснювали вбивства, скільки танків знищили і т.д. З одного боку, такі

питання можуть викликати емоційну реакцію та пригадати травматичні враження та стрес. З іншого боку, вони можуть посилювати стереотипи, що жінки-військовослужбовці менш компетентні, якщо вони здійснюють менше воєнних дій чи знищують менше цілей.

9. Утримуйтеся від будь-яких запитань, які стосуються дітей жінок-військовослужбовців. Такі питання можуть викликати образливі відчуття для військовослужбовця, яка може не бажати обговорювати свій особистий життєвий простір. Багато жінок-військовослужбовців, маючи дітей, відчують почуття провини та тривоги, залишаючи своїх дітей вдома. Вони можуть переживати страх за їхню безпеку та відчувати ностальгію. Запитання про дітей може несприятливо впливати на їхню репутацію як матері та сформуванню невірних вражень в суспільстві.

У розрізі теми військових існує підкатегорія, яка стосується ветеранів із інвалідністю. У матеріалах, присвячених цій тематиці, також враховуються певні поради та рекомендації.

Інвалідність охоплює не лише фізичні втрати кінцівок або відзначені порушення опорно-рухового апарату, але також внутрішні травми та хірургічні втручання, які не завжди очевидні ззовні. Важливо дотримуватися простого принципу щодо видимої інвалідності: утримуватися від фотографування ампутованих кінцівок без згоди героя сюжету (ветерана/ветеранки), оскільки це є особистою справою, яка вимагає відповідного дозволу. Перед початком інтерв'ю обов'язково слід запитати про це.

Ключовою є коректність у використанні термінології — "ветерани з інвалідністю", оскільки на передньому плані стоїть людина. Рекомендується уникати термінів, таких як "інвалід", "каліка", "каліцтво", "людина з обмеженими можливостями", "людина з вадами слуху/зору" та інші, оскільки вони можуть викликати дискримінацію. Замість цього важливо використовувати термін "людина з особливими потребами" та уникати дискримінаційного

формулювання. Наприклад, для когось особлива потреба може полягати в тому, щоб випити кави зранку.

Основне завдання у спілкуванні та інтерв'ю — зробити так, щоб ветерани відчували ваш інтерес до них як особистостей, а не лише як до тих, у кого є ампутації чи інвалідність. [26]

2.3. Журналістська тактика в роботі з цивільними особами, що постраждали від воєнних дій.

Ще одним видом матеріалів, які можна і варто створювати методом журналістики рішень – матеріали про вимушених переселенців. Також вони вимагають особливої уваги самого автора, адже тут дуже важливо враховувати психологічні травми, які виникли в людей, коли вони тікали з-під обстрілів із власного дому в геть чужий та невідомий регіон. Можливо, що під час евакуації, герої могли втратити когось із рідних, домашнього улюбленця. Тому варто враховувати це і намагатися якомога делікатніше запитувати про це. Якщо ж герої відмовляються коментувати те, що їх ранить та викликає негативні емоції, страх, то не потрібно наполягати на відповіді. Глядач зрозуміє біль героя і певні прогалини в матеріалі будуть виправдані самою темою. А матеріал у стилі журналістики рішень зможе допомогти навіть самому герою знайти відповіді на ті запитання, які у нього зараз є. До прикладу, про забезпечення житлом, отримання грошової чи гуманітарної допомоги, працевлаштування. Журналісту відчинені всі двері, а запит від ЗМІ не може проігнорувати жоден високопосадовець чи уповноважений у справах вимушених переселенців.

У публікації «Детектора Медіа» «Не біженці і не сепаратисти: як медіа писати про внутрішньо переміщених осіб» авторки Ірини Ладики від 7 вересня 2018 року зібрано поради щодо матеріалів про переселенців.

1. Розрізняйте між термінами "ВПО" (внутрішньо переміщені особи), "внутрішні переселенці" та "вимушені переселенці". ВПО є скороченням для внутрішньо переміщених осіб, яких часто називають також внутрішніми переселенцями. Менш точний термін – вимушені переселенці.

2. Внутрішньо переміщені особи — це не ті самі, що й біженці. Біженці - це люди, які примушені залишати свою країну та виїжджати за її межі. Українські переселенці з Криму та Донбасу змушені здійснювати переїзд в інші регіони в межах нашої країни, а не виїжджати за її межі. Використання терміну "біженці" щодо них може вводити в оману, оскільки це може передавати ідею, що Крим та Донецька і Луганська області не є частинами України.

3. Практично всі переселенці є громадянами України. Тому некоректно робити розрізнення між внутрішніми переселенцями та іншими українцями, використовуючи вислови типу «українці не хочуть надавати житло внутрішнім переселенцям», оскільки обидві групи також є часткою українського населення. Важливо уникати поділу людей на "ми" і "вони".

4. Група переселенців є різноманітною, включаючи особи різних соціальних, етнічних, мовних та релігійних груп. Кожен переселенець має свої унікальні характеристики. Однак, незважаючи на цю різноманітність, багато з них стикаються зі схожими труднощами, такими як пошук житла або роботи. Приміром, пошук житла чи роботи. Тому узагальнення на зразок «ВПО потребують помешкання на зиму» можуть бути доречними.

5. При розробці тексту про переселенців важливо впевнитися, що інформація, яку включає журналістський матеріал, не призведе до шкоди не лише самому герою, але й його родичам та близьким, які, можливо, залишилися на окупованих територіях.

6. Уникаючи підкреслення регіональної приналежності особи, можна уникнути формування негативних уявлень про представників конкретних місць. Приміром: «Переселенець із Донбасу пограбував дім».

7. Утримуйтеся від накладання ярликів. Не слід використовувати терміни "зрадник" або "сепаратист" для тих, хто залишився на окупованій території. Часто люди не залишають свої рідні місця не через ідеологічні переконання, а, наприклад, через необхідність догляду за літніми батьками.

8. Не слід використовувати термін "внутрішньо переміщені особи" для опису людей, які переїхали зі східних областей України на територію Російської Федерації, оскільки вони тепер перебувають на території іншої країни. Доречніше використовувати термін "біженці" для опису їхнього статусу.

9. Дотримуйтеся поваги до гідності осіб, про яких створюєте матеріал. Показ переселенців у соціальних ситуаціях, пов'язаних з отриманням пільг або матеріальної допомоги, має відбуватися лише за їхньою згодою, якщо це важливо для суспільства. Важливо враховувати, що багато переселенців не бажають бути показаними виключно як жертви чи прохачі, оскільки це може сприяти формуванню негативних стереотипів про них.

10. Майте на увазі безпристрасний підхід до внутрішніх переселенців. Не всі вони є "прихованими прихильниками Росії" чи "відданими єдиній Україні". Вимушене переселення слід розглядати як травматичну ситуацію, а не як тест на політичну лояльність. Під час підготовки матеріалу журналіст повинен залишатися об'єктивним щодо героя, уникаючи негативного уявлення про нього.

Серед різноманітних порад, які фахівці в галузі психології та медіа доповідають журналістам, які прагнуть працювати в жанрі відновного наративу, важливо відзначити поради від клінічного психолога Кевіна Бекера. За свої 25 років досвіду роботи з людьми, що зазнали травм, він ділиться кількома порадами для журналістів, які освітлюють трагічні події:

1. Після трагічних подій люди потребують відчуття безпеки, стабільності та контролю. ЗМІ повинні створювати безпечні умови для дискусій, забезпечуючи точне представлення джерел інформації. Також важливо підкреслювати, що люди мають вибір, яку інформацію ділитися з журналістами.

2. Ознайомлення з психологічними реакціями на катастрофи є важливим. Необхідно розуміти, які етапи переживають люди після таких подій.

3. Представляйте інформацію об'єктивно. Перш за все, надайте людям базову інформацію про доступну допомогу.

4. Уникайте поняття «ієрархії болю». Журналісти не повинні підтримувати думку, що одна травма менша за іншу або потребує менше уваги.

5. Не використовуйте вираз «час лікує». Час сам по собі не лікує рани, але він може стати часом для зцілення.

6. Розглядайте травму як лінзу, через яку можна побачити різні аспекти життя, включаючи позитивні та негативні моменти в спільноті.

7. Уникають використання терміна «завершення». Зцілення є процесом, що може тривати довгий час, іноді люди знову звертаються до своїх травматичних спогадів.

8. Зосереджуйтеся на відновленні в життєвих історіях, будучи проактивними у висвітленні питань відновлення, а не чекаючи на нові трагедії.
[20]

Журналіст повинен розуміти, що в певних ситуаціях він – своєрідний психолог для героя, якому відкривають болючу історію і потребують розуміння та підтримки. Тому варто дотримуватися правил спілкування, аби не ранили героїв.

Висновки до Розділу II

Сьогодні журналіст має бути готовий до будь-якої небезпеки, чи то фізичне насильство, чи то можлива втрата посади. Журналіст має бути готовий висвітлювати не лише політичні ситуації, але й наслідки жахливих терактів. У кожній конкретній обставині ви повинні мати здатність зберігати об'єктивну перспективу, не піддаватися впливу інстинкту самозбереження.

Із багатьох професій журналістика – найбільш стресова спеціальність. Психологи з Манчестерського університету (Англія) на підставі своїх досліджень, що тривали протягом року, склали шкалу стресів для 150 професій. Ступінь стресу оцінювали за кількістю інфарктів, інших захворювань, розлучень, автомобільних аварій, поширеності алкоголізму у зв'язку з відповідними для досліджуваного професіями. Отримані результати оцінювали за 10-бальною шкалою. Журналісти отримали оцінку стресу 7,5, що посідає лише шахтарів (8,3 бали) та міліціонерів (7,7 балів). Вони були першими, хто займав позиції в усіх сферах інтелектуальної діяльності. У всьому світі, а особливо в Україні, журналісти зазнають значного морального, психологічного та фізичного тиску з боку тих, хто хоче приховати інформацію від суспільства та перешкодити працівникам ЗМІ виконувати свою роботу.

Журналісти та інші працівники, які відряджаються в райони збройних конфліктів, підлягають обов'язковому страхуванню та повинні бути забезпечені засобами захисту від уражень та медичними аптечками. Важливою частиною їхньої роботи є збереження нейтральності та безпеки як для себе, так і для отриманої ними інформації.

Посібник Українського ветеранського фонду "Як писати про ветеранів" містить низку рекомендацій для представників медіа щодо створення матеріалів про ветеранів. Писати про ветеранів — це важливий вид журналістики, який може підвищити усвідомленість суспільства щодо їхнього внеску та проблем, з якими вони зіштовхуються. Важливо надавати голос ветеранам та висвітлювати їхні історії з гідністю та повагою.

Ще одним видом матеріалів, які вимагають особливої уваги – матеріали про вимушених переселенців. Тут дуже важливо враховувати психологічні травми, які виникли в людей, коли вони тікали з-під обстрілів із власного дому в геть чужий та невідомий регіон. Можливо, що під час евакуації, герої могли втратити когось із рідних, домашнього улюбленця. Тому варто враховувати це і намагатися якомога делікатніше запитувати про це. Якщо ж герої відмовляються коментувати те, що їх ранить та викликає негативні емоції, страх, то не потрібно наполягати на відповіді. Глядач зрозуміє біль героя і певні прогалини в матеріалі будуть виправдані самою темою.

РОЗДІЛ III. ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ ЯК МЕТОД ПОДАЧІ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ СЮЖЕТІВ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ «СУСПІЛЬНЕ УЖГОРОД» ТА «21 УЖГОРОД»

3.1. Особливості роботи регіональних медіа Закарпаття в період повномасштабної війни в Україні

Раніше, коли ми вказували на певне видання (ЗМІ) як регіональне, ми мали на увазі, що редакція фізично розташована у конкретному регіоні, який є основним об'єктом інтересу даного ЗМІ. Таке видання в першу чергу орієнтоване на місцевого споживача інформації, і, отже, його основним завданням є створення інформаційного контенту, спрямованого на власно регіональну аудиторію. Проте в сучасну епоху глобального обміну інформацією перші два критерії втратили свою значущість, залишаючи єдиний ознаку, яка залишається реально важливою для визначення регіонального характеру медійного проекту — його інформаційне наповнення. [28]

Місцеві ЗМІ є головними джерелами новин для даного регіону. Основні завдання та можливості цих медіа включають:

- актуальне та повне освітлення подій на місцевому рівні;
- висвітлення ключових проблем та питань, що стосуються місцевої громади;
- представлення поглядів відомих осіб та лідерів регіону;
- стимулювання обміну інформацією серед жителів регіону;
- надання інформації про культурні заходи та події;
- підтримка громади в різних аспектах соціального та побутового життя.

Регіональні медіа зближуються з повсякденними проблемами та потребами мешканців конкретного регіону. На відміну від національних ЗМІ, регіональні видання мають можливість глибше освітлювати місцеві події,

впливаючи на формування відчуття місцевої ідентичності. Аудиторія легше отримує підтвердження інформації, яку вони отримують з місцевих ЗМІ, і має можливість швидко встановлювати тісний зв'язок з цими медіа. [36]

Таким чином, матеріали у стилі журналістики рішень матимуть більше розголосу та ефективності у регіональних медіа, ніж на загальнонаціональних. Аудиторія регіоналів буде більше зацікавлена у таких матеріалах, адже проблема і рішення стосуються місцевості проживання, відповідно, експерти теж будуть відомі. Та і матеріалів у регіональних медіа менше, ніж у національних, мінімізує шанси матеріалів у стилі журналістики рішень загубитися в загальному новинному потоці.

До виникнення війни, експерти Інституту розвитку преси та об'єктивності постійно наголошували на цілому спектрі проблем, що були характерні для регіональних ЗМІ України. Здавалося, що вирішення цих проблем є майже неможливим, оскільки лише окремі видання уникали скандалів, не втягувалися в політичні складання між місцевими постійними чиновниками, не розповсюджували неправильно позначену рекламу, включаючи сумнівний зміст. Водночас, деякі видання, свідомо чи через нерозуміння професійних стандартів, приймалися за поширення проросійських наративів.

Однак 24 лютого все змінилося радикально. Регіональні газети та сайти стали взагалі надійними джерелами інформації для своїх громад, допомагаючи своїм читачам отримати максимально повну картину подій у регіоні, країні та світі. У багатьох регіонах зникла потреба в подібних скандалах. Інформаційний хаос, спричинений місцевими елітами, припинився, а увага місцевих журналістів була націлена на офіційні джерела, інформаційну підтримку Збройних Сил України, територіальну оборону, волонтерські ініціативи та проблеми переселенців. Тексти про діяльність місцевого бізнесу, супермаркетів та банків більше не публікувалися з позицій реклами конкретних товарів чи послуг, а враховували суспільний інтерес. Журналісти акцентували увагу на тому, як

підприємці вносять свій вклад у підтримку України та яким чином функціонують магазини та інші установи. [40]

Під час повного вторгнення регіональні ЗМІ стали свідками значного збільшення обсягу інформаційного потоку. Звичайні теми стали тканиною горя і страждань переселенців, військових та їхніх родин. Редактори регіональних ЗМІ змушені опановувати навички роботи з вразливою аудиторією під час підготовки матеріалів. Згідно з дослідженням Максима Срібного, опублікованим "Українською правдою" 6 червня 2023 року, 40% редакцій цього року звернулися за додатковим навчанням з питань роботи з чутливим контентом. Розмір людського горя був настільки великим, що практично половина медіаринку регіонів визнала потребу в оволодінні навичками роботи зі стільником трагедії, щоб надати публікаціям структурованість, якої часто не вистачає самим журналістам.

Унаслідок цього стану виснаження (зазначено, що 16.2% опитаних визнали психологічну втому найбільшою проблемою для своєї організації на даний момент), виникає проблема з кадрами. Щорічно помічається, що редакції навіть на посадах кореспондентів і журналістів відчувають нестачу персоналу. Протягом року великої війни 1/5 всього дослідженого медіаринку повністю оновилося – 20% осіб, які зараз працюють в медіа, приєдналися до роботи вже під час великої війни.

Проте в цілому кількість співробітників у редакціях скоротилась. У 45% редакцій присутня принаймні одна особа, яка вирушила на фронт або стала системним волонтером. Організації зберігають для них робочі місця, гарантуючи підтримку при їхньому поверненні.

Загалом можна сказати, що, хоча є деякі втрати, редакції за останній рік стали більш згуртовані, осознали значущість своєї роботи та відчувають місійний поклик у своєму завданні (хоча в основному без чіткого стратегічного планування та розподілу обов'язків на відстані). Це особливо видно на тимчасово окупованих територіях. Там, де раніше була конкуренція між різними

виданнями, зараз спостерігається фактична співпраця журналістів для досягнення спільної мети. Як відзначила одна редакція з Півдня України: "Тут у нас більше співпраці з іншими медіа, ми всі підтримуємо одне одного, готові ділитися інформацією, ми – одна команда".

Матеріал акцентує увагу не лише на професійних аспектах діяльності регіональних редакцій, але й на емоційному стані їхніх колективів. За даними опитування, проведеного «Українською правдою», коли об'єднання на тимчасово окупованих, деокупованих та прифронтових територіях стає критично важливим, редакції в глибині країни активно діють, щоб підтримувати єдність серед своїх співробітників. Видання вживають заходів для поліпшення психологічного стану своїх працівників. Зазвичай це не є систематична робота, але різні практики, на які є ресурси (від обговорення складних тем та внутрішніх проблем до звернення за професійною допомогою психолога чи психіатра). Тим не менш, намагання регулювати питання збереження психічного здоров'я журналістів є кроком вперед для підтримки як самого журналіста, так і інституційної пам'яті ЗМІ.

Ураховуючи загальну обстановку в країні із щоденними обстрілами та необхідністю висвітлювати трагедії, не дивно, що стає все важче дивитися в майбутнє. Незважаючи на те, що кількість редакцій з планами на принаймні 6 місяців значно збільшилась порівняно із попереднім дослідженням (яке проводилося 40 днів після початку вторгнення) – 50% проти 10%, у питаннях, пов'язаних із післявоєнним розвитком, відчувається невизначеність майбутнього.

У минулому році під час ейфорії від звільнення Київщини, Чернігівщини і Сумщини, редакції більш охоче вірили у повоєнне майбутнє – плани на "після перемоги" складала 61,5%. Цього року таких редакцій 52,3%. І навіть серед цієї половини редакцій, в більшості випадків, це виявляється більше як "відпочити" або "попити пива", а не системна історія розвитку.

З цими цифрами виходить дещо неохайний образ виживання регіональних медіа. Проте основне слід сказати – це неймовірна вдача, великі зусилля всієї нації, особливо військова витримка та незбагненна сила, якою ми взагалі можемо пишатися та аналізувати. [39]

Вивчення впровадження моделі журналістики рішень на українському медіаринку виявило ряд проблем як на глобальному рівні (ментальному, соціальному, політичному, економічному і т. д.), так і на особистісному рівні (психологічному, професійному, інтелектуальному). Регіональні ЗМІ поступово освоюють принципи журналістики рішень і представляють цікаві випадки впровадження цієї моделі. [62]

Журналістика рішень представляє собою інноваційний погляд на можливості взаємодії з масовою аудиторією, що включає інформування читачів шляхом демонстрації ефективного вирішення конкретної, актуальної та важливої для громади проблеми. Цей підхід також відомий як "конструктивна журналістика", оскільки включає детальний та позитивний опис сценарію події з дотриманням журналістських стандартів і правил.

Конструктивна журналістика розглядається як новий напрямок в журналістиці, особливо в умовах кризи традиційного підходу. Дослідники вбачають у ній конструктивне рішення для подолання викликів, які стоять перед мас-медіа, таких як втрата привабливості для аудиторії, конкуренція зі сторони соціальних медіа та відновлення соціального діалогу між медіа та громадськістю. Для регіональної української журналістики це наразі може виглядати як перспективне, але реальне та наближене досягнення. [22]

3.2. Втілення журналістики рішень в новинах телеканалу «Суспільне Ужгород»

«Суспільне» — це велика корпорація: два загальнонаціональні канали («UA: Перший» і «UA: Культура»), три канали «Українського радіо» (УР-1, «Промінь» і «Культура»), 23 регіональні філії в областях і «UA: Крим», уже досить потужна діджитал-платформа, оркестр, ансамблі, хор і Будинок звукозапису. Суспільне має найбільше покриття з-поміж усіх українських мовників.

Завдяки Революції гідності, був ухвалений закон про Суспільне, і через кілька років, у січні 2017 року, на основі державних телерадіоканалів було утворено Акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (АТ «НСТУ»). Компанія успадкувала переважно приміщення, які давно не ремонтувалися, неоформлені земельні ділянки та будівлі, застаріле обладнання та збільшений штат працівників (усього 7 500 працівників). Загальна кількість штатних посад на жовтень 2021 року становить 4148. У весняному періоді 2018 року було скорочено понад три тисячі працівників, а ще близько трьохсот у 2020 році. Цей процес трансформації був болісним.

Суспільне є найбільшою медіакорпорацією в країні, яка відзначається своєю повною незалежністю. Національна суспільна телерадіокомпанія України (НСТУ), що є її складовою, не підкоряється впливам олігархів чи політиків, і не прослужковує інтереси бізнес-структур або органів влади. Власність Суспільного належить суспільству, і його головна мета - дбати передусім про інтереси громадян.

На відміну від комерційних каналів, які фокусуються на великій аудиторії, Суспільне має завдання задовольняти потреби навіть менших груп населення. Таким чином, воно готове показувати різноманітні програми, включаючи концерти класичної музики, враховуючи різні смаки та інтереси. Такий підхід

визначається бажанням задовольнити потреби всіх шарів суспільства, незалежно від їхньої чисельності.

Основна різниця між Суспільним та комерційними мовниками полягає в їхніх основних цілях. Комерційні канали спрямовані на отримання прибутку та задоволення інтересів власника, тоді як державне телебачення працює в інтересах влади. У свою чергу, Суспільне призначене для роботи на користь суспільства, керуючись прозорими редакційними політиками під контролем Наглядової ради, склад якої формується представниками громадських організацій та парламентських фракцій.

Якщо б Суспільне було засновано в 1997 році, йому надали б свободу дій та відповідну бюджетну підтримку, ймовірно, це призвело б до іншої ситуації на медіаринку. Однак, взявши до уваги становище, що склалося, Суспільне, засноване в 2017 році, спромоглося виокремити себе як незалежний та неангажований гравець на медіаринку, не залежний від олігархічного впливу.

НСТУ є суспільним мовником. Українське законодавство не передбачає форму власності "суспільна". Отже, в законі визначено, що 100% акцій АТ "НСТУ" належать державі і не підлягають продажу, аналогічно майну. Проте державні органи не здійснюють керівництво Суспільним. Наразі керівництво компанії обирається незалежною Наглядовою радою кожні чотири роки. Державні органи не визначають редакційну політику і не мають права втручатися в поточну господарську діяльність. [33]

«Суспільне Ужгород» (Закарпатська регіональна дирекція АТ «НСТУ») — регіональна українська суспільна телерадіокомпанія, що входить до складу Національної суспільної телерадіокомпанії України. До її складу входять телеканал «Суспільне Ужгород», радіоканал «Українське радіо Ужгород» та цифрові платформи, які надають мовлення на території Закарпатської області. Цифрове мовлення телеканалу передається в мультиплексі МХ-5 (DVB-T2) у форматах 576i 16:9 та 1080i (HDTV). Ліцензія, видана Національною радою з

питань телебачення та радіомовлення України, дозволяє розповсюдження програм по всій території України та за її межами 24 години на добу, пропонуючи мовлення українською, угорською, румунською, німецькою, словацькою, ромською, російською та русинською мовами. Трансляція також доступна на вебсайті «Суспільне Ужгород» в розділі «Онлайн». Крім того, компанія представлена в інтернеті через вебсайт та сторінки у соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, YouTube та Telegram. На порталі «Суспільне Новини» присутні новини про Закарпаття.

З 1991 по 2018 рік була Закарпатською обласною телерадіокомпанією, яка складалася з телеканалу «Тиса-1» та радіоканалу «Тиса FM».

З 2017 року телерадіокомпанія є філією українського Суспільного мовлення — Національної суспільної телерадіокомпанії України.

16 липня 2018 року телеканал філії розпочав мовлення у форматі 16:9.

23 листопада 2018 року телерадіокомпанія змінила назву з «Тиса-1» на «UA: Закарпаття» та отримала новий логотип. 16 грудня 2018 року телеканал філії змінив логотип.

23 травня 2022 року в зв'язку з оновленням дизайн-системи брендів НСТУ телерадіокомпанія змінила назву на «Суспільне Ужгород».

З 20 листопада по 18 грудня 2022 року телеканал філії транслював Чемпіонат світу з футболу 2022.

Ефірне наповнення телерадіокомпанії включає інформаційні, соціально-публіцистичні та культурно-мистецькі програми, виготовлені творчими об'єднаннями Національної суспільної телерадіокомпанії України та «Суспільне Ужгород». Наша команда розробляє проекти як українською мовою, так і мовами національних меншин Закарпаття. [55]

«Суспільне Ужгород» доєдналося до окремого марафону «Суспільне Спротив» куди входять філії «Суспільне Рівне», «Суспільне Львів» та

«Суспільне Чернівці». Закарпатська філія має 3-годинний ранковий слот з 7-ї до 10-ї години. Попри марафон канал має дещо видозмінений вечірній випуск новин – Дайджест, де і показують всі сюжети з новинами регіону.

Щодо використання у своїх сюжетах методу журналістики рішень, то ми проаналізували період серпень-жовтень 2023 року на наявність сюжетів у такому стилі.

Умовно, сюжети можна розділити на кілька категорій. Першою можемо визначити *соціальну*, до якої варто віднести сюжети про довілля, переливання крові, соціальні акції.

За аналізований період у ефірі телеканалу «Суспільне Ужгород» було 3 сюжети про Закарпатську обласну станцію переливання крові. Один із них «30 людей щодня здають кров в Закарпатській обласній станції переливання. Як вона працює» від 09.10.2023 року авторки Оксани Ушакової. [44] Сюжет саме про проблему нестачі крові для військових. Рішення: проведення акцій по забору крові та поширення інформації в медіа та соціальних мережах. Такі сюжети час від часу повторюються в ефірі «Суспільного Ужгород». До подібних акцій варто привертати увагу, адже на другому році повномасштабного вторгнення та на майже десятому році війни люди в тилу забувають про війну і звикають до неї. Варто повторювати теми про нестачу крові, про збори та донати, про благодійні ярмарки на користь війська. Схожі сюжети: «У Закарпатській обласній станції переливання не вистачає крові усіх груп» від 26.09.2023 року [59] та «Військові в Ужгороді долучаються до здачі крові для побратимів на фронті» від 07.09.2023 року [54] авторки Діани Шух. У всіх спільна проблема: нестача крові для поранених. І також спільне рішення: проведення акцій по забору крові.

Ще один приклад – сюжет «В Ужгороді на автодорозі М-08 встановили тимчасовий рух по колу» від 19.10.2023 року авторки Діани Шух. [51] У сюжеті висвітлено *проблему* високої аварійності на дорозі М-08 через недотримання водіями правил дорожнього руху на перехресті головної та другорядної дороги.

Також на цій ділянці дороги спостерігається інтенсивний рух вантажних автомобілів. Тому було прийнято *рішення*: організація руху по колу в експериментальному порядку. У сюжеті також відзнято реалізацію вирішення проблеми: працівники дорожньо-транспортної служби встановили тимчасові конструкції та нанесли тимчасову розмітку жовтого кольору, якої повинні дотримуватися водії. Цілий день патрульна поліція допомагала водіям звикати до нової організації руху та регулювали його. Журналістці дали коментар від дорожньо-транспортної служби, в якому пояснили весь процес нанесення розміток та встановлення нових знаків. У патрульній поліції пояснили причину зміни організації дорожнього руху.

Сюжет про соціальні акції теж можна зробити у стилі журналістики рішень. До прикладу, «До Європейського Дня боротьби з торгівлею людьми в Ужгороді відкрили експозицію «Придивись» 18.10.2023 року, авторка Діана Шух. [56] У сюжеті розкрита проблема торгівлі людьми. Її рішення: проведення соціальної акції «Придивись» на залізничному вокзалі. Студентам та школярам організатори роздали флаєри, де вказані всі номери телефонів, куди можна звернутися жертвам торгівлі людьми.

Наступною ми можемо визначити категорію так чи інакше пов'язану з *військовими чи воєнною підготовкою*.

Для порятунку життів поранених військових необхідна не лише кров. Від артобстрілів військові травмують кінцівки. Якщо надавати першу допомогу та фіксувати всі травми відразу на полі бою, то є більше шансів врятувати кінцівку та зберегти її функції. Проблема: нестача апаратів зовнішньої фіксації та пластин для проведення операцій. Рішення цієї проблеми є в сюжеті «У Мукачеві працює виробництво титанових імплантів для військових» від 21.09.2023 року [61] авторки Діани Шух. У ньому йдеться про виробництво титанових імплантів та апаратів зовнішньої фіксації, які виробники передають лікарям безпосередньо на лінію розмежування та у військові шпиталі. Такий сюжет можна віднести до

категорії матеріалів про волонтерів, адже частину виробництва за власні кошти покривають самі виробники, а решту – благодійні організації.

Також дуже важлива морально-психологічна реабілітація ветеранів. Одним із методів є каністерапія- заняття зі спеціально навченими собаками. Про таку методику реабілітації є також сюжети на телеканалі «Суспільне Ужгород» «В Ужгороді тренують собак для каністерапії» від 12.10.2023 року авторки Руслани Гостюк. [41] У сюжеті лише окреслено *проблему* психологічної реабілітації ветеранів війни. Сам сюжет – про один із варіантів *рішення*: проєкт по підготовці дресированих собак для каністерапії. Їх видаватимуть ветеранам безкоштовно, потрібно лише подати заявку та чекати відповідь. Собаки вже будуть навчені кільком базовим командам, а далі ветеран зможе з нею займатися самостійно. Таким чином заново вчитися після війни соціалізуватися в суспільстві. Також у ефірі телеканалу був сюжет «На Закарпатті почали готувати собак-терапевтів для психологічної підтримки ветеранів війни» від 03.10.2023 року авторки Діани Шух [57] про презентацію собак для каністерапії, де начальник сектору міжнародного поліцейського співробітництва Ігор Шимоняк розповідає про важливість такого виду терапії для військових.

Через повномасштабне вторгнення в Україні у навчальних закладах почали проводити вишколи з військової підготовки, де дітей вчать керувати дронами, кидати гранати, збирати та розбирати зброю, надавати першу допомогу пораненим. Проблема всіх сюжетів одна: готовність усіх категорій населення до війни. Рішенням є саме такі вишколи. Одним із таких сюжетів є «В Ужгороді провели вишкіл зі стрільби з пневматичної зброї для вихованців «ПАДІЮНу» від 10.10.2023 року авторки Оксани Ушакової. [52] Тут йдеться про військову підготовку школярів. Схожі сюжети були: «В Ужгородському ліцеї "Лідер" нацгвардійці провели заняття зі школярами» від 28.09.2023 року авторки Руслани Гостюк [53]; «В Мукачеві провели всеукраїнську акцію «Цивільний захист — 2023» від 25.09.2023 року авторки Діани Шух [47]; «У місті Чоп сапери

провели для учнів 9-10 класів заняття з мінної безпеки» від 15.09.2023 року авторки Діани Шух [60].

Ще одна категорія матеріалів, герої яких з'явилися через повномасштабне вторгнення – *сюжети про вимушених переселенців*.

До прикладу, сюжет про проблему поселення ромів вимушених переселенців у шелтери «В Ужгороді вимушеним переселенцям відмовили в житлі. В чому причина» від 23.08.2023 року авторки Руслани Гостюк [49] повністю висвітлює проблему і можливі варіанти її вирішення. Щоправда, самого рішення в сюжеті нема, адже воно залежало від героїв, які на момент зйомок ще його не прийняли. Такий сюжет може допомогти органам місцевої влади зрозуміти, які є проблеми та прогалини в організації поселень вимушених переселенців області та Ужгорода зокрема.

Також є категорія сюжетів про *місця компактного проживання вимушених переселенців*, які в наслідок військових дій втратили своє житло. «Близько 130 вимушених переселенців отримали нове житло в місті Свалява на Закарпатті" 22.09.2023 року авторки Діани Шух. [45] У сюжеті розкрито проблему розміщення вимушених переселенців. Рішення: за гроші благодійних організацій у місті Свіляві відремонтували будівлю гуртожитку, де проживають 47 жінок, 12 чоловіків та 30 дітей та збудували 10 модульних будиночків, куди заселили близько 40 переселенців. Певний час проживання буде безкоштовним. Таким чином вимушені переселенці мають можливість облаштувати свій побут на новому місці. Схожий сюжет про місце компактного проживання в Ужгороді є «105 людей живуть в шелтері для переселенців в Ужгороді» від 05.09.2023 року авторки Руслани Гостюк. [42]

Про проблему надання кваліфікованої медичної допомоги вимушеним переселенцям є сюжет «В Ужгород приїхали представники Міжнародної федерації товариств Червоного Хреста» від 09.10.2023 року авторки Руслани Гостюк. [48] Рішення проблеми: створення Червоним Хрестом спеціалізованої

клініки, де близько 50 людей отримують безкоштовне медичне обстеження та можуть підписати декларацію з сімейними лікарями. Такі центри працюють в Ужгороді, Тячеві та Рахові. Після перегляду такого сюжету вимушені переселенці вже будуть проінформовані щодо отримання медичної допомоги.

Окремо можемо виділити сюжети про *дітей*, які вимушені були покинути власні домівки через бойові дії.

Сюжет про допомогу переселенцям «Наплічники зі шкільним приладдям подарували дітям волонтери в селі Тур'ї Ремети на Закарпатті» від 31.08.2023 року авторки Руслани Гостюк. [58] Проблемою цього сюжету є підготовка дітей вимушених переселенців до школи. Їм необхідне шкільне приладдя. Рішення: волонтери зібрали 36 наборів наплічників із усім необхідним вмістом та подарували дітям.

Ще один сюжет про дитину-переселенця «12-річний Іван Барабадзе вигулює собак в Ужгороді, аби придбати шкільне приладдя» від 29.08.2023 року авторки Руслани Гостюк. [43] Проблема, яку авторка висвітлила в сюжеті: 12-річний переселенець із Донецької області Іван не має грошей, аби купити шкільне приладдя. Рішення хлопець вигадав сам: вигулювати собак за гроші. Проте оголошення в соцмережах побачили Нацгвардійці Закарпатської області і вирішили самостійно зібрати хлопця в школу, разом із тим дозволити вигуляти службову собаку. Такий герой демонструє силу та незламність українців у складних життєвих обставинах.

Не менш важливими є категорія сюжетів про *волонтерів*. Через них, до прикладу, в сюжеті «В Ужгороді волонтерки готують їжу для поранених військових, які лікуються в медзакладах» від 29.09.2023 року авторки Діани Шух [50], розкрита проблема поганого харчування поранених військових у медичних закладах. Рішення: волонтери самостійно готують обіди з кількох страв і розвозять їх до військових. У сюжеті показано весь процес: від пакування страв до роздачі їх по палатах. І теми волонтерів дуже важливі в інформаційному просторі, адже за час війни волонтерський рух потребує неабиякої підтримки

людей своїми донатами. Коли ж аудиторія бачить результат волонтерської роботи, то розумітиме, куди спрямовані всі кошти і робитиме більші донати.

Про волонтерів створюють сюжети не лише в контексті війни. Є також сюжети соціального характеру. До прикладу, «Близько 30 людей прибирали в Ужанському національному природному парку» від 18.09.2023 року авторки Руслани Гостюк. [46] У ньому розкривають проблему забруднення річок та лісів пляшками, консервними банками, шинами та поліетиленом. Рішення: організація волонтерами благодійного фонду «UANIMALS» Всеукраїнського маршу прибирання. Прибирання тривало цілий день, після чого вивезли кілька десятків мішків зі сміттям.

Загалом за період з серпня по жовтень 2023 року телеканал «Суспільне Ужгород» випустив в ефір 61 вечірній випуск новин, що включає 77 сюжетів. Із них 20 сюжетів – створені у стилі журналістики рішень. Таким чином, ми можемо підрахувати, що 26% від загального контенту – це матеріали з використанням журналістики рішень. Усі ці матеріали можна умовно розділити на загальні теми: соціальні (довкілля, дороги, переливання крові, торгівля людьми) – 5 сюжетів, що становить 6,5% від всіх сюжетів; допомога військовим та військова підготовка – 7 сюжетів або 9%; волонтери – 2 сюжети, а це 2,6%; вимушені переселенці – 6 сюжетів і 7,8% від усіх сюжетів аналізованого періоду.

Варто зазначити, що я також у професійній діяльності спробувала застосувати метод журналістики рішень. За проаналізований період 6 сюжетів (а це 7,8% від загального контенту) власного авторства

Отже, ми можемо прослідкувати, що майже третина від загальної кількості сюжетів телеканалу «Суспільне Ужгород» зроблені у стилі журналістики рішень, із них 9% - це матеріали про допомогу військовим та військову підготовку.

Щодо критеріїв, то все витримано. Є проблема, герої. У сюжетах дотримано балансу думок. Кореспондент займає позицію нейтралітету. Показано шляхи вирішення проблем.

Таким чином ми можемо дійти висновку, що незважаючи на найвіддаленіше розташування Закарпатської області від лінії розмежування, переважна більшість телевізійного контенту «Суспільне Ужгород» усе ж пов'язана із війною та військовими. Телеканал продовжує нагадувати своїй аудиторії про час, у якому ми зараз живемо та про проблеми, які виникають внаслідок війни в Україні. Та разом із тим, автори сюжетів знаходять та висвітлюють вирішення проблем, що дає аудиторії відчуття спокою.

3.3. Журналістика рішень в сюжетах телеканалу «21 Ужгород»

«21 Ужгород» – Ужгородський недержавний інформаційно-розважальний телеканал, який мовить із 1992 року українською та угорською мовами. Тематикою телеканалу є інформаційно-розважальні та регіональні програми. На початку свого мовлення глядачі вперше отримали цілодобовий доступ до кліпів та хіт-парадів MTV, діснеєвських мультиків, американських трилерів, мелодрам і вестернів, європейських ситкомів і теленовин, могли почути від її носіїв німецьку та англійську мови. У 2009-му році за рейтингом журналістського прес-клубу канал отримує визнання, як «найбільш ужгородське телебачення». До літа 2014 року телеканал називався “Данію” та “Перший Закарпатський Данію”, згодом “21-й телеканал”, а з серпня 2018 - “21 Ужгород”. [1]

У новинах телеканал спеціалізується на коротких інформаційних сюжетах з одним коментарем від експерта. Проте також створює сюжети у стилі журналістики рішень.

Сюжет про зростання кількості хворих на кір та лептоспіроз в області «Вакцинальна кампанія триває на Закарпатті» від 01.09.2023 року авторки Юлії Маркулич. [4] Рішення проблеми збільшення захворюваності: регулярні

щеплення згідно з календарем. Також у сюжеті коротко окреслені рекомендації, як убезпечити себе та не підхопити збудників лептоспірозу.

Сюжет на важливу соціальну проблему – вандалізм на могилах загиблих військових «Крадіжки з могил загиблих військових» від 04.09.2023 року авторки Юлії Маркулич. [9] Кілька родин полеглих героїв підписали колективну заяву в поліцію щодо факту крадіжки з могил квітів та лампадок. Рішення: поліція прийняла заяву та розпочала пошук правопорушників, а підприємство, що опікується кладовищем, встановило камери спостереження, які фіксуватимуть надалі можливі подібні випадки вандалізму.

У сюжеті «Як в ужгородському дворі виплітають сітки» від 07.09.2023 року авторки Марії Кочмарь [12] йдеться про своєрідний штаб для плетіння маскувальних сіток на подвір'ї одного з ОСББ Ужгорода. Проблемою було те, що до найближчого місця плетіння сіток не всі охочі мешканці будинку могли дістатися. Тоді вони знайшли власне рішення: плести сітки у дворі біля будинку. Так за 1,5 місяці сплели 14 сіток. Це досить зручно, адже кожен охочий може долучитися до плетіння у вільний час і не потрібно далеко йти.

Щодо теми війни, то є сюжет «Інженерні розробки ужгородця — для ЗСУ» від 12.09.2023 року авторки Олександри Артюхіної. [7] У ньому окреслено проблему нестачі кріплення для зброї та броні для військових та автомобілів на фронті. Рішення знайшов ужгородець Ігор Коропчак. Чоловік створив виробництво таких кріплень та броні. Разом із іншими інженерами він виготовляє на запити військових усе необхідне та передає на фронт.

Проблему нестачі працівників на підприємствах порушено в сюжеті «Ярмарок вакансій в Ужгороді» від 14.09.2023 року авторки Олександри Артюхіної. [13] Рішення: проведення ярмарку вакансій де роботодавці можуть ближче познайомитися з майбутніми працівниками, провести коротку співбесіду та власне представити підприємство. Обласна державна служба зайнятості на запити роботодавців кілька разів на рік проводить подібні заходи, відзначаючи

ефективність та велику кількість прийнятих на роботу працівників після відвідування ярмарку.

Актуальну проблему порушують у сюжеті «Зливні води — в річку. Проблема очисних споруд в Ужгороді» від 18.09.2023 року авторки Юлії Маркулич. [6] Проблема: зливні води з побутовими відходами потрапляють в річку Уж. Рішення: будівництво нових очисних споруд.

Ще одна екологічна проблема є в сюжеті «Сміттєвий колапс на Ужгородщині» від 20.09.2023 року авторки Марії Кочмарь. [10] Проблема полягає у відсутності місця для сміття на полігоні в с. Барвінок. Одним і рішень є сортування сміття. Щоправда навіть авторка сюжету наголошує, що це не зменшить кількість сміття і питання його захоронення залишається відкритим.

Також кореспонденти торкаються і проблеми поганого стану тротуарів в Ужгороді в сюжеті «Стан тротуарів в Ужгороді» від 03.10.2023 року авторки Юлії Маркулич. [11] Остаточного рішення щодо усунення проблеми нема, адже капітальні ремонти тротуарів не передбачені в міському бюджеті на час війни. Усі роботи відкладають на невизначений термін. Відповідно, тротуари залишаються в тому ж стані, що і були на момент зйомки сюжету.

Про проблему збільшення хворих на ГРВІ йдеться у сюжеті «В Закарпатській області розпочався сезон ГРВІ» від 10.10.2023 року авторки Марії Кочмарь. [3] У сюжеті згадують про показник у понад 2 тисячі хворих за тиждень на момент зйомок. Рішення від лікарів єдине і передбачуване: за першої ж нагоди вакцинуватися від ГРВІ.

Сюжет про мінну безпеку «Відкритий урок від Національної гвардії» від 18.10.2023 року авторки Олександри Артюхіної [5] розкриває проблему поширення зброї на території України внаслідок повномасштабного вторгнення. Рішення від військовослужбовців Національної гвардії України: проведення уроків із дітьми, щоб розповісти про можливу небезпеку та показати макети боеприпасів, які можна виявити на вулиці.

Про соціальну акцію до дня боротьби з торгівлею людьми йдеться в сюжеті «Інформаційна кампанія «Придивись» від 19.10.2023 року авторки Олександри Артюхіної. [8] Проблема, яку порушують у сюжеті: шахраї, які шляхом обману заманюють людей та потім продають у рабство закордоном. Рішення: проведення соціальної акції з метою інформування населення про можливі ризики та способи збереження свого життя навіть у ситуаціях, коли вже потрапили на гачок до шахраїв.

Про нестачу крові знято сюжет «Брак крові в медзакладах Закарпаття» від 31.10.2023 року авторки Олександри Артюхіної. [2] Проблема: брак крові всіх груп на Закарпатській обласній станції переливання. Рішення: поширення закликів до донорства крові у ЗМІ та соціальних мережах.

Загалом, за проаналізований період серпень-жовтень 2023 року телеканал «21 Ужгород» створив 200 коротких та великих сюжетів. Із них 12 – у стилі журналістики рішень, а це всього лише 6% від загального контенту.

Щодо загального контенту новин телеканалу, то ми можемо побачити, що це короткі відео брифінгів, структура яких складається з начитки та коментаря. Тематика брифінгів досить стандартна: звіт із питань епідеміологічної ситуації в області, будівництва та ремонту доріг, соціальних виплат, допомоги вимушеним переселенцям. Також є короткі «БЗ» про якісь події, фото яких надали певні структури, до прикладу поліція, ДСНС і т.д.: про затримання нелегалів під час перетину кордону, про обшуки, про пожежі. Кореспонденти «21 Ужгород» проводять також і бліц-опитування, тематика яких досить різноманітна: про місцевий бюджет, виїзд чоловіків закордон, вакцинацію, можливі відключення електроенергії. Як бачимо, у матеріалах такого формату важко застосувати журналістику рішень.

Чіткого тематичного поділу сюжетів, де кореспонденти застосували метод журналістики рішень нема. Переважна більшість матеріалів на соціально-важливу тематику: ремонт тротуарів, вивіз сміття, донорство крові. Є також 3 матеріали на військову тематику.

Телеканал надає перевагу коротким сюжетам із хронометражем до однієї хвилини, де не потрібно героїв і є лише короткий текст та коментар від експертів. Відповідно, у таких матеріалах складно застосовувати метод журналістики рішень.

Висновки до Розділу III

Використання методу журналістики рішень прослідковується на регіональних каналах. Проте не всі ним послуговуються. Хоча будь-яку соціальну проблему можна подати аудиторії вже разом із її рішенням, або принаймні із варіантами можливих рішень. Таким чином, вийде збалансований сюжет із коментарями від усіх сторін проблеми.

Ми проаналізували випуски новин телеканалу «Суспільне Ужгород» та новинні сюжети телеканалу «21 Ужгород». Об'єднує ці два канали те, що в них є сюжети, створені за принципом журналістики рішень. Тематика сюжетів досить різноманітна: про військових, які перебувають на реабілітації, про пошук донорів для Закарпатської обласної станції переливання крові, про вимушених переселенців.

Телеканал «Суспільне Ужгород» під час створення контенту в рази частіше послуговується журналістикою рішень, ніж «21 Ужгород». Це чітко демонструє відсоткове співвідношення матеріалів у стилі журналістики рішень до загального контенту. Так ми можемо побачити, що за період з серпня по жовтень 2023 року телеканал «Суспільне Ужгород» випустив в ефір 77 сюжетів. Із них 20 сюжетів – створені у стилі журналістики рішень, а це 26% від загального контенту. На противагу цьому, «21 Ужгород» створив 200 коротких та великих сюжетів. Із них 12 – у стилі журналістики рішень, а це всього лише 6% від загального контенту.

Отже, можемо дійти висновку, що «Суспільне Ужгород» у своєму ефірі має більшу частку матеріалів у стилі журналістики рішення, ніж «21 Ужгород».

ВИСНОВКИ

Під час нашого наукового дослідження було реалізовано мету та завдання роботи. У ході написання роботи ми дійшли до таких висновків:

1. Журналістика рішень — це уважний і переконливий опис відповідей на соціальні проблеми. Вона ретельно досліджує та чітко пояснює приклади людей, що активно працюють над вирішенням цих проблем. Свій фокус вона спрямовує не лише на те, що діє, але й на те, як і чому це працює чи, навпаки, чому може мати обмеження. Засновуючись на найкращих доступних доказах, вона уважно досліджує методи розв'язання проблем, часто утворюючи свої розповіді як головоломки або таємниці, що розкривають такі питання, як: "Які підходи успішні у зменшенні відсотка відсіву в державних школах? Як саме вони працюють? Що вони роблять по-іншому, що призводить до кращих результатів?".

Безумовно, конструктивна журналістика – це насамперед якісна журналістика: достовірна, об'єктивна, збалансована та незаангажована. Хоча конструктивна журналістика на сьогоднішній день вважається в Україні релятивно новим напрямком, спостерігається тенденція використання її, особливо в складних ситуаціях. Медіа виступають провідником якісної та конструктивної інформації, до якої громадськість звертається в найкритичніші моменти, щоб приймати важливі, а часом і життєво важливі рішення.

Журналістика рішень може існувати як повноцінний окремий напрямок. Проте, навіть використовуючи певні її компоненти, які роблять матеріали повними, журналіст може структуровано та вичерпно подати інформацію і в інших споріднених стилях, таких як відновний наратив, журналістика миру, журналістика перспектив, наглядова журналістика та розслідувальна журналістика.

Звісно, українські журналісти слідкують за своїми колегами закордоном. Проте, коли в Європі та США журналістика рішень вже активно використовується як спосіб подачі переважної більшості матеріалів, то в Україні вона лише набуває популярності та зацікавленості серед журналістів.

2. Сьогодні журналіст має бути готовий до будь-якої небезпеки, чи то фізичне насильство, чи то можлива втрата посади. Журналіст має бути готовий висвітлювати не лише політичні ситуації, але й наслідки жахливих терактів. У кожній конкретній обставині ви повинні мати здатність зберігати об'єктивну перспективу, не піддаватися впливу інстинкту самозбереження.

Із багатьох професій журналістика – найбільш стресова спеціальність. Психологи з Манчестерського університету (Англія) на підставі своїх досліджень, що тривали протягом року, склали шкалу стресів для 150 професій. Ступінь стресу оцінювали за кількістю інфарктів, інших захворювань, розлучень, автомобільних аварій, поширеності алкоголізму у зв'язку з відповідними для досліджуваного професіями. Отримані результати оцінювали за 10-бальною шкалою. Журналісти отримали оцінку стресу 7,5, що посідає лише шахтарів (8,3 бали) та міліціонерів (7,7 балів). Вони були першими, хто займав позиції в усіх сферах інтелектуальної діяльності. У всьому світі, а особливо в Україні, журналісти зазнають значного морального, психологічного та фізичного тиску з боку тих, хто хоче приховати інформацію від суспільства та перешкодити працівникам ЗМІ виконувати свою роботу.

Журналісти та інші працівники, які відряджаються в райони збройних конфліктів, підлягають обов'язковому страхуванню та повинні бути забезпечені засобами захисту від уражень та медичними аптечками. Важливою частиною їхньої роботи є збереження нейтральності та безпеки як для себе, так і для отриманої ними інформації.

Посібник Українського ветеранського фонду "Як писати про ветеранів" містить низку рекомендацій для представників медіа щодо створення матеріалів про ветеранів. Писати про ветеранів є суттєвим напрямом журналістики, який

може підвищити усвідомленість суспільства стосовно їхнього внеску та проблем, з якими вони стикаються. Важливо давати слово ветеранам та представляти їхні історії з повагою та гідністю.

Ще одним видом матеріалів, які вимагають особливої уваги – матеріали про вимушених переселенців. Тут дуже важливо враховувати психологічні травми, які виникли в людей, коли вони тікали з-під обстрілів із власного дому в геть чужий та невідомий регіон. Можливо, що під час евакуації, герої могли втратити когось із рідних, домашнього улюбленця. Тому варто враховувати це і намагатися якомога делікатніше запитувати про це. Якщо ж герої відмовляються коментувати те, що їх ранило та викликає негативні емоції, страх, то не потрібно наполягати на відповіді. Глядач зрозуміє біль героя і певні прогалини в матеріалі будуть виправдані самою темою.

3. Використання методу журналістики рішень прослідковується на регіональних каналах. Проте не всі ним послуговуються. Хоча будь-яку соціальну проблему можна подати аудиторії вже разом із її рішенням, або принаймні із варіантами можливих рішень. Таким чином, вийде збалансований сюжет із коментарями від усіх сторін проблеми.

Ми проаналізували випуски новин телеканалу «Суспільне Ужгород» та новинні сюжети телеканалу «21 Ужгород». Об'єднує ці два канали те, що в них є сюжети, створені за принципом журналістики рішень. Тематика сюжетів досить різноманітна: про військових, які перебувають на реабілітації, про пошук донорів для Закарпатської обласної станції переливання крові, про вимушених переселенців.

Телеканал «Суспільне Ужгород» під час створення контенту в рази частіше послуговується журналістикою рішень, ніж «21 Ужгород». Це чітко демонструє відсоткове співвідношення матеріалів у стилі журналістики рішень до загального контенту. Так ми можемо побачити, що за період з серпня по жовтень 2023 року телеканал «Суспільне Ужгород» випустив в ефір 77 сюжетів. Із них 20 сюжетів

– створені у стилі журналістики рішень, а це 26% від загального контенту. На противагу цьому, «21 Ужгород» створив 200 коротких та великих сюжетів. Із них 12 – у стилі журналістики рішень, а це всього лише 6% від загального контенту.

4. Журналістика рішень повинна бути стандартом інформаційної політики кожної редакції, а особливо, якщо це стосується телебачення. Таким чином можна подати будь-який матеріал і витримати всі вимоги журналістських стандартів: плюралізм, повнота, баланс думок. Завдяки журналістиці рішень можна не лише підняти суспільно важливе питання на поверхню і залишити відкритим, а дізнатися відповіді від тих експертів, двері до яких можуть бути зачиненими для звичайних громадян, але вони повинні відреагувати на запит медійників.

5. Для створення якісного контенту методом журналістики рішень можна сформулювати такі основні рекомендації:

1. Шукайте реальну суспільно важливу проблему, а не штучно вигадуйте її. Спитайте у знайомих, проведіть опитування у соцмережах та почитайте, що пише ваша потенційна аудиторія. Зараз люди дуже часто створюють різні чати для обурення чи піднімання питань які хвилюють суспільство. У журналістів є можливість знайти на них відповіді.

2. Намагайтеся отримати коментар від усіх учасників. Ви повинні враховувати думку кожного, хто так чи інакше причетний до вашої теми.

3. Дотримуйтеся нейтралітету. Журналіст лише посередник та ретранслятор думок із посиланням на їхніх авторів. Ви повинні мати «холодний розум» і не ставати на бік жодного з учасників.

4. Подавайте ситуацію такою, яка вона є. Не надавайте самостійно певного забарвлення. Якщо це конфлікт, то не потрібно робити його позитивним чи негативним. Глядач сам має визначити для себе, яким він є.

5. Показуйте максимально весь шлях обраної для висвітлення ситуації. Опишіть проблему, а далі показуйте ідею рішення, шлях втілення цієї ідеї та

результат. Якщо є можливість, то варто дізнатися, чи можливо було вирішити проблему якимось інакше.

6. За можливості, проконтролюйте результат вирішення проблеми та покажіть через певний проміжок часу, що змінилося і який це вигляд має зараз.

7. Концентруйтеся не на самій проблемі, а на шляхах її вирішення.

8. Важливо розуміти, що журналістика рішень – це не лише вирішення негативних проблем. Також варто бачити позитивні ситуації і шляхи їх покращення.

6. Не зайвим було б на рівні журналістських професійних організацій рекомендувати використовувати стиль журналістики рішень регіональним засобам масової інформації. Також варто ввести журналістику рішень в етичний кодекс як професійний стандарт, створити навчальний посібник, проводити тренінги і круглі столи з представниками медіа. Адже це важливо для сучасного українського інфопростору в період війни. Це наш професійний обов'язок перед суспільством.

Використання методу журналістики рішень у телевізійних сюжетах дає можливість створювати цікавіший медіаконтент для глядачів. Замість сухого новинного фактажу журналіст може вирішувати суспільно важливі проблеми та допомагати тим, хто цього потребує. У період війни допомоги потребують усі верстви населення. Журналісти можуть відгукуватися на проблеми вимушених переселенців та шукати шляхи їх вирішення, допомагати військовим на фронті та в тилу.

Журналістика рішень може існувати не лише як метод створення матеріалів, як повноцінний окремий напрямок в інформаційному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 21 Ужгород (Закарпаття). Ефірне телебачення та радіомовлення в Україні. URL: <https://ukrtvr.org/trk/447> (дата звернення: 25.11.2023).
2. 21channel. Зливні води — в річку. Проблема очисних споруд в Ужгороді. 18.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=EtHbn7LttAc&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).
3. Будівська Г. Проблема vs. її вирішення: навіщо редакціям конструктивна журналістика. European Journalism Observatory. URL: <https://ua.ejo-online.eu/3642/etyka-ta-yakist/navishcho-redaktsiyam-konstruktyvna-journalistyka> (дата звернення: 22.11.2023).
4. Військова журналістика. Український аспект: становлення української військової журналістики; місце військової журналістики у медіапросторі в період воєнного стану; правові підстави діяльності військових журналістів під час воєнних дій. Київ : Вид. дім "ПРОФЕСІОНАЛ", 2023. 27 с. URL: <https://jurkniga.ua/contents/viyskova-zhurnalistyka-ukrainskiy-aspekt-standovlennya-ukrainskoi-viyskovoi-zhurnalistiki-mistse-viyskovoi-zhurnalistiki-u-mediaprostori-v-period-voennogo-stanu-pravovi-pidstavi-diyalnosti-viyskovikh-zhurnalistiv-pid-chas-voiennikh-diy.pdf> (дата звернення: 01.12.2023).
5. Голуб О. Що таке конструктивна журналістика і чому вона життєво необхідна в складні моменти історії. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/shho-take-konstruktyvna-zhurnalistyka-i-chomu-vona-zhyttyevo-neobhidna-v-skladni-momenty-istoriyi-i32258> (дата звернення: 12.10.2023).
6. Голуб О., Чуранова О. Критична журналістика має бути конструктивною. Тернопільський прес-клуб. URL: <https://pressclub.te.ua/novynu/krytychna-zhurnalistyka-mae-byti-konst/> (дата звернення: 03.10.2023).

7. Голуб О., Чуранова О. Новини не дають спокійно жити? Критична журналістика має бути конструктивною. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/articles/novyny-ne-dayut-spokijno-zhyty-krytychna-zhurnalistyka-maje-buty-konstruktivnoyu-i94> (дата звернення: 05.10.2023).

8. Гончаренко В. Нам потрібні рішення. Medialab. URL: <https://medialab.online/news/potribni-rishennya/> (дата звернення: 19.10.2023).

9. Дорош М. Журналістика зцілення, або Про альтернативне висвітлення трагічних подій. Детектор медіа. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/17336/2016-08-31-zhurnalistyka-ztsilennya-abo-pro-alternatyvne-vysvitlennya-tragichnykh-podiy/> (дата звернення: 17.11.2023).

10. Жугай В. ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022 РОКУ У ЗМІ. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/20038/%D0%96%D1%83%D0%B3%D0%B0%D0%B9%20%D0%92%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B9%20%D0%99%D0%BE%D1%81%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 22.11.2023).

11. Журналістика рішень як рішення для регіональної журналістики. Idpo.org.ua Інститут демократії ім. Пилипа Орлика. URL: <https://idpo.org.ua/articles/4286-zhurnalistika-rishen-yak-rishennya-dlya-regionalnoi-zhurnalistiki.html> (дата звернення: 23.10.2023).

12. Журналістика рішень. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Журналістика_рішень (дата звернення: 18.10.2023).

13. Журналістика рішень: чому варто писати не лише про проблеми. European Journalism Observatory. URL: <https://ua.ejo-online.eu/5248/etyka-ta-yakist/solutions-oriented-journalism> (дата звернення: 01.12.2023).

14. ЗМІ повинні думати про ефект і наслідки матеріалів - Померанцев. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3140213-zmi-povinni-dumati-pro-efekt-i-naslidki-materialiv-pomerancev.html> (дата звернення: 14.10.2023).

15. Козацький Д. Як писати про ветеранів: рекомендації для журналістів від Українського ветеранського фонду. URL: https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2023/09/how_to_write_about_veterans.pdf (дата звернення: 05.10.2023).

16. Ладика І. Не біженці і не сепаратисти: як медіа писати про внутрішньо переміщених осіб. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/production/article/140830/2018-09-07-ne-bizhentsi-i-ne-separatysty-yak-media-pysaty-pro-vnutrishno-peremishchenykh-osib/> (дата звернення: 05.10.2023).

17. Марушкіна І., Танчин І. Регіональні змі в епоху нових медіа. ВІСНИК ЛЬВІВ. 2013. № 38. С. 503–508. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/5422/5431> (дата звернення: 20.11.2023).

18. Машкова Я. УКРАЇНСЬКІ МЕДІА ТА ВІЙНА. ПІДСУМКИ МОНІТОРИНГІВ ІМІ 2022 РОКУ. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-vijna-pidsumky-monitoryngiv-imi-2022-roku-i49921> (дата звернення: 25.11.2023).

19. Михайлин І. Основи журанлістики : підручник. Київ, 2011. 496 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Mykhailyn_Ihor/Osnovy_zhurnlistyky.pdf?PHPSESSID=hifrv17bdlvqglimgbr5gg2b6 (дата звернення: 17.10.2023).

20. Мірошніченко Д. Журналістика рішень: як медіа пропонують шляхи розв'язання проблем. Медіакритика. URL: <https://www.mediakrytyka.info/standarty-yakisnoi-jurnalistyky/zhurnalistyka-rishen-yak-media-proponuyut-shlyakhy-rozvyazannya-problem.html> (дата звернення: 14.11.2023).

21. Мох А. М. Журналістика рішень: український досвід : магістерська робота. Острог, 2022. 94 с. URL: <https://theses.oa.edu.ua/DATA/6544/Кваліфікаційна.%20Мох%20А.%20М..pdf> (дата звернення: 09.10.2023).

22. Остапа С. Суспільне – це не тільки «UA:Перший». Пояснюємо мовою фактів і цифр. Реанімаційний пакет реформ. URL: <https://rpr.org.ua/news/suspilne-tse-ne-tilky-ua-pershyy-roiashniuiemo-movoiu-faktiv-i-tsyfr/> (дата звернення: 25.11.2023).

23. Панасенко Н.М. ПРОФЕСІЯ – ЖУРНАЛІСТ: ПРОФЕСІЙНО-ВАЖЛИВІ ЯКОСТІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ. *Актуальні проблеми психології. Том V. Випуск 19.* С. 177-186. URL: https://lib.iitta.gov.ua/720178/1/APP_T5_V19.pdf#page=178 (дата звернення: 05.10.2023).

24. Позняков О. П. УКРАЇНСЬКА ВІЙСЬКОВА ЖУРНАЛІСТИКА (XIX-ГО - ПОЧАТКУ XX СТОЛІТТЯ) : навч. посіб. Київ, 2023. 159 с. URL: https://mil.knu.ua/files/350_1139761521.pdf (дата звернення: 02.11.2023).

25. Робоча програма "Регіональні та галузеві медіа" для студентів спеціальності "Медіакомунікації" : конспект лекцій. Київ, 2017. 23 с. URL: <http://journ.univ.kiev.ua/csc/wp-content/uploads/2020/11/regionalni-ta-galuzevi-media.pdf> (дата звернення: 27.10.2023).

26. Розслідувальна журналістика: визначення поняття. Global Investigative Journalism Network. URL: <https://gijn.org/ua/pro-nas/rozslidivalna-zurnalistika-viznacenna-ponatta/> (дата звернення: 14.11.2023).

27. Рубрика (інтернет-видання). Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%83%D0%B1%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0_\(%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%83%D0%B1%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0_(%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F)) (дата звернення: 20.11.2023).

28. Соломін Є. О. Масмедійна діяльність ТРК Закарпаття та Луганщини в умовах інформаційної агресії та війни: транскордонні виклики для системи національної безпеки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2022. Том 33 (72). № 6. Ч. 2. С. 226-231. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.6.2/38>

29. Соломін Є. Телепроекти «Єдині новини» та «Фреedom» як спосіб інформаційного спротиву російській агресії та засіб регулювання медіасферою під час війни. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2022. Вип. 3 (5), С. 62-71. DOI: <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2022.3.11>

30. Соломін Євген. Телебачення Луганщини між війною інформаційною та повномасштабною: знищене відродження. *Образ*. 2023. Вип. 1 (4). С. 16–24. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1\(41\)-16-24](https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1(41)-16-24).

31. Соломін Євген. Етнокомунікація в мультикультурному регіоні: виклики для системи національної безпеки. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Журналістика». 2023. Вип. 1(5). С. 59-66. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2023.01.057>.

32. Соломін Є. О. Інформаційна безпека в умовах війни та втручань у медіасередовище. *Держава та регіон*. Серія: *Соціальні комунікації*. 2023. № 2(54). С. 40-47. DOI: [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.2\(54\).5](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.2(54).5)

33. Срібний М. Як живуть регіональні медіа після року великої війни. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/06/6/7405504/index.amp> (дата звернення: 02.11.2023).

34. Стеблина Н. Регіональні медіа України у протистоянні повномасштабній російській агресії. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/community/article/197693/2022-03-24-regionalni-media-ukrainy-u-protystoyanni-povnomasshtabniy-rosiyskiy-agresii/> (дата звернення: 02.12.2023).

35. Суспільне Ужгород. В Ужгороді тренують собак для каністерапії. 12.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=atYv2509MjY&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

36. Суспільне Ужгород. 105 людей живуть в шелтері для переселенців в Ужгороді. 05.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=brxZZ2us_nQ&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

37. Суспільне Ужгород. 12-річний Іван Барабадзе вигулює собак в Ужгороді, аби придбати шкільне приладдя. 29.08.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=TxysJVkoY1E&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

38. Суспільне Ужгород. 30 людей щодня здають кров в Закарпатській обласній станції переливання. Як вона працює. 09.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=K8QJNUi3zyQ&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

39. Суспільне Ужгород. Близько 130 вимушених переселенців отримали нове житло в місті Свалява на Закарпатті. 22.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=5epILAEmlL8&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

40. Суспільне Ужгород. Близько 30 людей прибирали в Ужанському національному природному парку. 18.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=hJZdZP6Wf3E&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

41. Суспільне Ужгород. В Мукачеві провели всеукраїнську акцію «Цивільний захист — 2023». 25.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0-oXxQNJP48&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

42. Суспільне Ужгород. В Ужгород приїхали представники Міжнародної федерації товариств Червоного Хреста. 09.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=OTVw01FSVUo&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

43. Суспільне Ужгород. В Ужгороді вимушеним переселенцям відмовили в житлі. В чому причина. 23.08.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=3o4mYXetd1M&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

44. Суспільне Ужгород. В Ужгороді волонтерки готують їжу для поранених військових, які лікуються в медзакладах. 29.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WXvv31Ye4V0&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

45. Суспільне Ужгород. В Ужгороді на автодорозі М-08 встановили тимчасовий рух по колу. 19.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=8W1-a0Wpbjw&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

46. Суспільне Ужгород. В Ужгороді провели вишкіл зі стрільби з пневматичної зброї для вихованців «ПАДІОНУ». 10.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=OWP0gQR4DpQ&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

47. Суспільне Ужгород. В Ужгородському ліцеї "Лідер" нацгвардійці провели заняття зі школярами. 28.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=cGDwMrzO7tI&t=16s&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

48. Суспільне Ужгород. Військові в Ужгороді долучаються до задачі крові для побратимів на фронті. 07.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=wf2OhjadoT8&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

49. Суспільне Ужгород. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5_%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 05.10.2023).

50. Суспільне Ужгород. До Європейського Дня боротьби з торгівлею людьми в Ужгороді відкрили експозицію «Придивись». 18.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=wceTBXlHhG4&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

51. Суспільне Ужгород. На Закарпатті почали готувати собак-терапевтів для психологічної підтримки ветеранів війни. 03.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=fAbm3oDcKss&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

52. Суспільне Ужгород. Наплічники зі шкільним приладдям подарували дітям волонтери в селі Тур'ї Ремети на Закарпатті. 31.08.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=G0NGi8Z-CiY&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

53. Суспільне Ужгород. У Закарпатській обласній станції переливання не вистачає крові усіх груп. 26.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0OVgM23g3X0&t=2s&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

54. Суспільне Ужгород. У місті Чоп сапери провели для учнів 9-10 класів заняття з мінної безпеки. 15.09.2023 YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=ZyRoTAhmfNE&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

55. Суспільне Ужгород. У Мукачеві працює виробництво титанових імплантів для військових. 21.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=OcSQyXfFCi4&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%A3%D0%B6%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4 (дата звернення: 01.12.2023).

56. Фенько Н. М., Черепова Н. В. Особливості моделі журналістики рішень: регіональний вимір. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32, № 6. С. 182–186. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/6_2021/part_3/32.pdf (дата звернення: 01.12.2023).

57. Хто і як контролює владу в Україні? Ukraïner. URL: <https://ukraïner.net/watchdog-journalism/> (дата звернення: 14.11.2023).

58. Шевчук С. Особливості роботи журналіста в зонах військових конфліктів. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навч. посіб. Київ, 2018. С. 264–271. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/25593/Shevchuk%20264-271.pdf;jsessionid=1ACF4D111572CA013D2BC06DEA3920AB?sequence=1> (дата звернення: 13.11.2023).

59. Що таке журналістика рішень і чому це має вас хвилювати?. IJNet. URL: <https://ijnet.org/en/story/what-solutions-journalism-and-why-should-you-care> (дата звернення: 01.11.2023).

60. Що таке журналістика рішень?. Medium. URL: <https://medium.com/@soljourno/what-is-solutions-journalism-c050147bb1eb> (дата звернення: 26.10.2023).

61. Bidzilya Yuriy, Snitsarchuk Lidiya, Solomin Yevhen, Hetsko Hanna y Rusynko-Bombyk Liubov (2022). The role of the media as a parallel tool of justice for crimes against a civilian Population. *Cuestiones Políticas*. Vol. 40, Nº 74, 293–308. URL: DOI: <https://doi.org/10.46398/cuestpol.4074.15>. (WoS Q4).

62. Bidzilya, Y., Snitsarchuk, L., Solomin, Y., Hetsko, H., & Rusynko-Bombyk, L. (2023). Ensuring media security in the era of information globalization. *Amazonia Investiga*, 12(69), 249-259. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.69.09.22>

63. Oliinyk I., Bidzilya, Y., Solomin, Y., Shapovalova, H., & Hetsko, H. (2023). The Role of Digital Technologies in Building Research Competencies of Future Doctors of Philosophy. *Journal of Education Culture and Society*, 14(2), 268–284. <https://doi.org/10.15503/jecs2023.2.268.284>.

64. Pidbereznykh, I., Koval, O., Solomin, Y., Kryvoshein, V., & Plazova, T. Ukrainian policy in the field of information security. *Amazonia Investiga*. 2022. № 11(60), 206-213. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2022.60.12.22> (WoS Q2)

65. Solomin, Yevhen, 2015. Luhansk regional television: from aggression on television screen to the war in the east. *Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal*, 02 (06), pp. 120-133.

66. 21channel. В Закарпатській області розпочався сезон ГРВІ. 10.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=rDlbZHnXFaI&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

67. 21channel. Вакцинальна кампанія триває на Закарпатті. 01.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=mhojxCcEiZI&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

68. 21channel. Крадіжки з могил загиблих військових. 04.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=PRPsWUrXWYY&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

69. 21channel. Як в ужгородському дворі виплітають сітки. 07.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=yC1tp99uLlg&t=23s&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

70. 21channel. Інженерні розробки ужгородця — для ЗСУ. 12.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=26hYJxPRpTE&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

71. 21channel. Ярмарок вакансій в Ужгороді. 14.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Nz1Vt27P4H4&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

72. 21channel. Сміттєвий колапс на Ужгородщині. 20.09.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=uEHgn6ShWc4&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

73. 21channel. Стан тротуарів в Ужгороді. 03.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=lfk18hx5tdU&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

74. 21channel. Відкритий урок від Національної гвардії. 18.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=eK7czD2-8sU&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

75. 21channel. Інформаційна кампанія «Придивись». 19.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WvmaoimlIck&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).

76. 21channel. Брак крові в медзакладах Закарпаття. 31.10.2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=2XHbX-pIm3k&ab_channel=21channel (дата звернення: 04.12.2023).