

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**ДІЯЛЬНІСТЬ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ХАРКОВА  
ДО ТА ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ  
(НА ПРИКЛАДІ МГ «ОБ'ЄКТИВ» ТА «ІНФОСІТЬ»)**

Кваліфікаційна робота  
студента 4 курсу, групи ЛЖ-42,  
першого (бакалаврського)  
рівня вищої освіти,  
спеціальності 061 «Журналістика»  
Медведева Владислава Ігоровича

Керівник:  
Полумисна Ольга Олексіївна,  
кандидат філологічних наук, доцент

Харків – 2024

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. Джерельна база та теоретичні аспекти дослідження про регіональні медіа</b> .....	5
1.1 Теоретичний аспект дослідження регіональних медіа .....	5
1.2 Визначення та особливості регіональних комунальних медіа (на прикладі ІнфоСіті).....	10
1.3 Визначення та особливості регіональних приватних медіа (на прикладі МГ «Об’єктив»).....	20
<b>РОЗДІЛ 2. ДІЯЛЬНІСТЬ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ ХАРКОВА ДО ТА ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ</b> .....	22
2.1 Функціонування регіональних ЗМІ Харкова до повномасштабної війни .....	22
2.2 Висвітлення головних новин регіональними ЗМІ Харкова.....	25
2.3 Регіональні ЗМІ Харкова під час повномасштабної війни.....	28
2.4 Поширення харківськими медіа інформації з обмеженим доступом.....	34
2.5 Шляхи вдосконалення регіональних ЗМІ Харкова в умовах війни.....	39
<b>РОЗДІЛ 3. Контент МГ «Об’єктив» та КП «ІнфоСіті» до та під час війни: порівняльний аспект</b> .....	42
3.1 Особливості медіатекстів МГ «Об’єктив» та «ІнфоСіті».....	42
3.2 Тематика МГ «Об’єктив» до та під час війни.....	44
3.3 Тематика «ІнфоСіті» до та під час війни.....	45
3.4 Змістове наповнення МГ «Об’єктив» та «ІнфоСіті» до та під час війни.....	47
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	54
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	59

## ВСТУП

У ХХІ столітті медіа відіграють дуже важливу роль у забезпеченні суспільства оперативною та достовірною інформацією. Значущість медіа, зокрема регіональних, підвищилась у період кризи та повномасштабної війни в Україні, яка розпочалася в лютому 2022 року. Цей період значною мірою вплинув і на регіональні медіа, особливо на ті, які функціонували у прифронтовій зоні, зокрема в місті Харкові.

Регіональні медіа забезпечують свою аудиторію актуальною та об'єктивною інформацією про події, які відбуваються в місті та області, а також загалом в Україні. До таких засобів масової інформації належать телеканали, радіостанції, газети та онлайн-портали новин.

Харківські регіональні медіа були обрані для дослідження через їхнє важливе положення в інформаційному просторі, особливо під час війни. Харків є прифронтовим містом на Сході України, тож завданням регіональних ЗМІ стало надання достовірної інформації мешканцям міста та області про події, що відбувалися в регіоні, зокрема звіти, ситуація на фронті, жертви, гуманітарні питання, хід відбудови тощо. Не менш важливим завданням, яке стало викликом для регіональних ЗМІ, є протидія дезінформації.

Під час війни харківські регіональні ЗМІ продовжують виконувати свої обов'язки із покриттям інфопростору. У місті функціонують такі онлайн-портали новин: 057.ua», «МГ Об'єктив», «ІнфоСіті», МГ «Накипіло», «Status QUO», «KharkivToday», «Vgorode Харків» та «Депо Харків». Також працює й радіомовлення: «Радіо Промінь», «Накипіло радіо», «Радіо П'ятниця» «Kiss FM», «Радіо ХІТ FM» і «Мелодія FM». Хоча під час війни більшість регіональних каналів перейшли на стрімінгові площадки, проте декілька з них ще транслюють своє мовлення у традиційному телевізійному форматі: «АТН», «7 канал» та «Суспільне Харків». Серед газет можна знайти «Вечірній Харків», «Слобідській край» та «Харківські вісті»

Загалом, регіональні ЗМІ в Харкові функціонують як важливе джерело інформації та публічного дискурсу під час війни на сході України та відіграють роль у сприянні соціальній згуртованості та взаєморозумінні в місті, відповідно це і становить актуальність нашої роботи.

**Об'єктом дослідження** є регіональні медіа Харкова.

**Предметом дослідження** – діяльність регіональних медіа Харкова до та під час повномасштабної війни.

**Мета:** дослідити діяльність регіональних медіа Харкова до та під час повномасштабної війни.

**Завдання:**

- 1) визначити поняття «регіональні медіа» та «комунальні медіа»;
- 2) дослідити науково-джерельну базу про функціонування регіональних медіа;
- 3) розглянути діяльність регіональних ЗМІ Харкова до та під час повномасштабної війни;
- 4) проаналізувати інформацію з обмеженим доступом, яку поширювали харківські медіа;
- 5) визначити шляхи вдосконалення регіональних ЗМІ Харкова в умовах війни;
- 6) дослідити змістове наповнення регіональних медіа до та під час повномасштабної війни.

**Теоретично-джерельну базу** дипломної роботи становлять праці таких учених: К. Коверги, Л. Змій, І. Чорної, Н. Виговської, О. Романюк, І. Коваленка, П. Любченка, А. Митка, В. Ковалевського, С. Матвієнків, І. Білан та інших.

**Структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури, який складає 59 позицій, із них іноземними мовами 1.

## **РОЗДІЛ 1. ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРО РЕГІОНАЛЬНІ МЕДІА**

### **1.1 Теоретичний аспект дослідження регіональних медіа**

Регіональні медіа є невід'ємною складовою медіа-ландшафту України. Вони мають свої особливості, які відрізняють їх від загальнонаціональних ЗМІ. Регіональні медіа, як правило, орієнтовані на конкретний регіон, в якому вони видаються. Саме регіональні медіа зосереджуються на подіях, які стосуються певного регіону, інформують про них та аналізують їх на основі місцевої перспективи.

До регіональних засобів масової інформації відносяться газети, теле- та радіостанції, а також онлайн-портали новин, які обслуговують певну географічну територію чи регіон. Це можуть бути міста, селища або цілі штати чи провінції. Регіональні засоби масової інформації зазвичай публікують новини та інформацію про місцеві події, проблеми та культуру. У них приділяється особлива увага темам, які становлять особливий інтерес або актуальність для їх аудиторії.

За словами К. Коверги, регіональні ЗМІ не тільки стверджують, а й відображають культурні особливості різних регіонів і сприяють консолідації жителів на одній території. Місцеві медіа забезпечують не лише місцевим жителям більше можливостей для зворотного зв'язку, але й формують спільний комунікативний простір для жителів конкретного регіону, відображають культурні особливості цієї території. Важливою складовою роботи регіональних ЗМІ є сприяння розвитку місцевого самоврядування [36].

Основні функції регіональних ЗМІ включають повне й оперативне висвітлення місцевих подій та важливих проблем, орієнтацію у культурних заходах, представлення позиції впливових осіб у регіоні, створення можливості для обміну інформацією між мешканцями регіону та допомогу у вирішенні повсякденних соціальних проблем. Забезпечення громадян

об'єктивною, якісною та значущою для суспільства інформацією безпосередньо залежить від політичних, економічних та правових умов функціонування регіональних ЗМІ, оскільки саме вони найближчі до потреб та проблем мешканців регіону [29].

Науковець Л. Змії у своєму дослідженні відзначила, що до регіональних медіа можуть відноситися як друковані видання, так і видання в електронному форматі, зокрема онлайн портали(сайти) новин. Як нам уже відомо, регіональні ЗМІ спеціалізуються на темах свого регіону та забезпечують актуальною інформацією свою аудиторію. Авторка додала, що «регіональні медіа подекуди є одними з перших джерел даних про події та процеси в конкретному регіоні для його мешканців» [34].

Із дослідження І. Чорної «Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі жмеринської преси» [35, с.109] стає зрозуміло, що саме регіональні медіа забезпечують мешканців певного міста актуальною і оперативною інформацією. Науковець наголошує на тому, що регіональні онлайн медіа аналогічні друкованим. Отже, «регіональна преса – це друковані видання, які поширюються на території будь-якого регіону нашої країни» [35]. Саме через зосередженість місцевих ЗМІ на окремому регіоні медіаконтент на їх сторінках має більш виражений і яскравий характер.

Завдяки регіональним медіа люди можуть бути в курсі про політичні, культурні події їхнього міста, його розвиток. Наприклад, дізнаватися про роботу заводів, освітніх та медичних закладів, зокрема, державних установ, які надають адміністративні послуги як мешканцям міста, так і приїжджим.

Прикладами регіональних засобів масової інформації за кордоном, наприклад, у Сполучених Штатах є Boston Globe, Chicago Tribune і Los Angeles Times, усі вони надають новини та інформацію, характерні для відповідних регіонів. В Індії регіональні засоби масової інформації включають такі видання, як Times of India, а для окремих міст: Dainik

Bhaskar, Eenadu та Malayala Manorama, які забезпечують інформацією окремі регіони та штати країни.

Щодо регіональних українських медіа, то можна пригадати одеські онлайн-ЗМІ: 048.ua та Думська, у Києві це регіональне видання «Вечірній Київ», на Буковині: газета «Чернівецький промінь», у Харкові – газета «Слобідський край», незалежна новинна редакція 057.ua, медіагрупи «Накипіло» і «Об'єктив» та інші. Вони, аналогічні іноземним, їхнє головне завдання – сповіщати про локальні новини міста та регіону.

Проаналізуємо декілька наукових праць на тему регіональних ЗМІ. Перше, яке варто згадати – дослідження Н. Виговської: «Мультимедійність та конвергентність як фактори трансформації регіональних медіа», яке було проведене у 2015 році. Дане дослідження зосереджується на українських регіональних медіа з ознаками мультимедійності та конвергентності. Аналіз було проведено з позиції змін, які відбуваються в ЗМІ. У доробку з'ясовуються сучасні умови розвитку медіа, наголошено на переході журналістики від інформування до комунікування, вивчено передумови виникнення конвергенції. У ході дослідження авторкою було проведено фокус-групове опитування та створено оптимальну структуру мультимедійної новини з погляду потреб регіонального читача. Це опитування дозволило визначити, що найбільше цікавить та задовольняє регіональну аудиторію. З метою задоволення нових соціальних потреб, що виникли внаслідок змін у технічній галузі, традиційна журналістика переходить до сфери медіакомунікацій. Зокрема, проводиться аналіз сучасних підходів до створення мультимедійної новини та її оптимальної структури для потреб читача з певного регіону [1].

Дослідження регіональних медіа по всій Україні неодноразово проводила українська громадська організація Детектор медіа. Наприклад, моніторинг, опублікований 13 серпня 2018 року, під назвою: «Регіональна журналістика: пошук нового обличчя чи втрата будь-якого?» У результаті дослідження були зроблені такі висновки: видання, які не прагнуть досягти високих фахових

стандартів, не визначилися зі своєю інформаційною політикою та не забезпечують професійний розвиток своїх команд, а також не мають концепції розвитку власних медіа, не спроможні покращити рівень регіональної журналістики. Це відбудеться лише тоді, коли редактори та медіавласники почнуть звертати увагу на стандарти якості та відповідати інформаційним потребам своїх аудиторій, незалежно від того, чиї політичні замовлення вони намагаються виконати.

Наступне дослідження, яке ми розглянемо, було проведено Media Development Foundation (MDF) у 2022 році. Нам одразу запропоновано переглянути аналітику за 2020 та 2021 рік.

В останньому звіті MDF розмежували інформацію про те, як змінилися незалежні регіональні ЗМІ за перші два місяці після повномасштабного вторгнення. Перш за все медіа зменшили кількість російськомовних версій, натомість додали англomовну версію сайту, аби зарубіжні ЗМІ та читацька аудиторія могли бути в курсі всіх подій в Україні та окремих регіонах. Потім регіональні медіа адаптувалися до воєнних умов та переключились на грантове фінансування. Зокрема, було визначено, які потреби регіональних редакцій важливо враховувати першочергово. Наприклад, психологічний стан працівників та фінансування. Адже під час війни робочий персонал зазнав великого стресу та навантаження на нервову систему. Щодо фінансування, то новинні редакції повинні забезпечити стабільне фінансування для збереження своєї роботи та здатності виконувати свої журналістські обов'язки. Саме завдяки фінансуванню регіональні ЗМІ могли б продовжувати працювати навіть у важких умовах.

Можна відзначити, що дослідження такої фундації дуже відрізняється від звичайних наукових аналізів, як наведений вище приклад. Ми можемо спостерігати докладний та вдало розписаний звіт, який є доступним для розуміння звичайного користувача. У ньому використовуються зрозумілі діаграми, а в кінці надаються рекомендації, як підтримувати та зберігати медіаландшафт України [2].

Дослідження під назвою «Споживання регіональних новин значно зросло під час війни», виконане InMind на замовлення Interviews, було опубліковано на сайті «Детектор медіа» в листопаді 2022 року. USAID-Internews проводять подібні дослідження щорічно [3]. Воно складається з чотирьох етапів, включаючи загальнонаціональне опитування та фокус-групи. Основним етапом було загальнонаціональне опитування респондентів в домашніх умовах у містах з населенням 50 тисяч і більше [4, с.18]. У результаті з'ясовано: регіональні медіа мають значний вплив на споживачів медіаконтенту в Україні. Наприклад, на основі дослідження можна зробити висновки про те, якими темами найбільше цікавляться читачі в різних регіонах.

Матеріал «Після 24 лютого: яким був 2022 рік для регіональних медіа» було оприлюднено 6 січня 2023 року Інститутом масової інформації (ІМІ). У ньому приділено увагу огляду подій та втрат, з якими зіштовхнулися регіональні медіа. У першому пункті розглядаються втрати року серед журналістів. Здебільшого вони загинули через війну, меншість – через хворобу. Наступний пункт про припинення роботи ряду регіональних медіа. Далі увага концентрується на полонених журналістах. Адже полон журналістів є серйозним порушенням прав журналістів на безпеку. Медійники, які працюють на територіях, де ведуться активні бойові дії, часто опиняються під загрозою фізичного насильства, затримань або навіть убивств. Проте, незважаючи на загрози та всілякі труднощі, журналісти продовжують міцно тримати інформаційний фронт та виконувати свою професійну роботу під час повномасштабної війни. Завдяки працівникам ЗМІ ми маємо змогу дізнатися правду. Саме журналісти допомагають у донесенні важливої інформації до світу та відстоюванні свободи слова.

Окрім того, у доробку розповідається про хвилю кібернападів на українські медіа, згадуються ситуації з обмеженнями та введенням нових правил для регіональних медійників, що зумовлено трансформацією роботи від початку повномасштабного вторгнення. У цілому, це дослідження

складається з багатьох інших, проведених аналізів протягом 2022 року, згадується про колаборантів та перемоги року у сфері ЗМІ [28].

Загалом, під час аналізу виявлено, що за час війни аудиторія всіх регіональних медіа: телебачення, друкованих видань, радіо і т.д., зростає без винятку. У той же час, аудиторія загальнонаціональних медіа поступово скорочується, це стало трендом останніх років.

## **1.2 Визначення та особливості регіональних комунальних медіа (на прикладі ІнфоСіті)**

Комунальні ЗМІ зазвичай зосереджені на висвітленні подій на місцевому або районному рівні та призначені для інформування про діяльність місцевої влади. Такі медіа часто надають інформацію про муніципальні програми, розвиток інфраструктури, культурні заходи та інші аспекти життя на місцевому рівні. Вони також можуть відігравати важливу роль у забезпеченні громадської участі в прийнятті рішень та формуванні громадської думки щодо місцевих питань [38].

ЗМІ комунальної форми власності будуються на відносинах між місцевим самоврядуванням. Таким чином місцева влада може керувати такими засобами масової інформації. Наприклад, втручатися в редакційну політику або діяти на свій розсуд, звільнюючи журналістів з редакції з певних причин. Звідси виходить, що будь-які комунальні ЗМІ виступають своєрідним «рупором» влади, а не джерелом інформації, в якому присутня свобода слова [58].

П. Любченко наголошує, що «практика європейських країн взагалі не передбачає існування державних чи комунальних засобів масової інформації» [58, с.6]. На його думку, витрата міського бюджету на розвиток комунальних ЗМІ є марною. Окрім того, вважає автор, що певною мірою створюються умови для конкуренції, яка є нечесною. Адже саме міські або обласні бюджети йдуть на розвиток засобів масової інформації комунальної форми власності.

Комунальні засоби масової інформації включають газети, телевізійні та радіостанції, а також новинні онлайн-портали, які засновані місцевими органами влади. Фінансування цих ЗМІ здійснюється за рахунок державного бюджету [39]. Вони надають інформаційну підтримку конкретному місту та його околицям, зосереджуючись на подіях, пов'язаних з муніципальними питаннями, культурними подіями та діяльністю міської влади, включаючи інших чиновників [40].

У Законі України «Про медіа» від 13 грудня 2022 року говориться, що комунальними ЗМІ у сфері місцевих публічних аудіовізуальних медіа є комунальні некомерційні підприємства, засновані органами місцевого самоврядування. Такі Суб'єкти можуть діяти на території міста або об'єднаної громади [41].

Прикладом комунального харківського ЗМІ є новинний портал ІнфоСіті. Головне завдання цього медіа – інформувати про події у місті та надавати інформаційну звітність про діяльність обласної адміністрації міста (під час повномасштабного вторгнення – ХОВА) та органів самоврядування, зокрема мера міста Ігоря Терехова.

На порталі ІнфоСіті також можна знайти інформацію про актуальні події, які відбуваються у Харкові та його околицях, включаючи культурні заходи, спортивні події, економічний розвиток міста та інші соціально-економічні аспекти. Крім того, портал надає важливу інформацію щодо роботи міських служб, інфраструктури, транспорту, освіти та інших аспектів життя міста.

ІнфоСіті є платформою для обговорення важливих питань, що стосуються міського управління та розвитку, де мешканці мають змогу висловлювати свої думки та підтримувати взаємодію з органами влади через коментарі та фідбек.

Ураховуючи ситуацію з повномасштабним вторгненням, яка торкнулася Харкова та Харківської області, то ІнфоСіті зосереджується на наданні оперативної та достовірної інформації про ситуацію у місті, заходи місцевої

влади щодо захисту мешканців та збереження громадської безпеки, а також реакцію обласної адміністрації міста на цю ситуацію.

Також не можна не враховувати, що 23 лютого 2023 року Національна рада організувала онлайн засідання на якому було обговорення положень Закону України «Про медіа», що стосуються перетворення місцевих комунальних теле- та радіоорганізацій у місцеві публічні аудіовізуальні медіа. Про реформу доповідала виконавча директорка Національної асоціації медіа, членкиня робочої групи, що працювала над розробкою Закону, та членкиня Громадської ради при медіарегуляторі – Катерина М'ясникова. В обговоренні взяли участь члени Національної ради, представники регіональних офісів та працівники центрального апарату регулятора [42].

Ця реформа набуває важливості, оскільки вона передбачає нові підходи до роботи місцевих медіа. Основна мета полягає в зменшенні залежності цих медіа від впливу місцевої влади та в представленні інтересів та потреб всього місцевого населення та громад. Реформа має сприяти адаптації медіа на місцях до європейських стандартів, де держава підтримує такі медіа, але не втручається у їхню діяльність.

На підставі офіційного запуску процесу реформування державних та комунальних медіа 1 січня 2016 року виявилось, що лише третина з них успішно завершила процедуру перереєстрації. Більшість цих медіа стикнулися з труднощами у пристосуванні до нових вимог та ринкових умов. Водночас лише кілька змогли власноручно вибратися зі складних вод і набути досвіду «самостійного плавання». Цей процес став викликом не лише для самих медіа, але й для держави, яка ставила перед ними завдання забезпечити більшу незалежність та професіоналізм у їхній діяльності. Від успішного завершення цього процесу залежить якість і об'єктивність інформації, що подається громадськості та рівень демократії в суспільстві [43].

Комунальні засоби масової інформації (ЗМІ) є ключовим елементом медійного ландшафту на місцевому рівні. Вони відіграють важливу роль у

забезпеченні доступу мешканців до актуальної інформації про події, що відбуваються у їхньому місті чи районі, та відображають особливості і проблеми місцевого співтовариства. Ось деякі з особливостей комунальних ЗМІ [44]:

1. Локальна орієнтація: комунальні ЗМІ фокусуються на подіях та інформації, що стосуються конкретного місця проживання. Вони висвітлюють місцеві новини, культурні заходи, спортивні події та інші аспекти життя місцевого населення.

2. Інформування про муніципальні питання: комунальні ЗМІ звертають особливу увагу на події та рішення, що стосуються роботи місцевих органів влади та муніципальних служб. Це може включати інформацію про бюджетні розпорядження, проекти розвитку міської інфраструктури, рішення місцевої ради та інші аспекти муніципального управління.

3. Сприяння громадській участі: комунальні ЗМІ часто виступають як майданчик для обговорення важливих питань та сприяють залученню громадськості до процесів місцевого управління. Вони можуть надавати можливість громадянам висловлювати свої думки та погляди через коментарі, листи до редакції та інші форми зв'язку.

4. Залучення місцевих ресурсів: комунальні ЗМІ часто співпрацюють з місцевими журналістами, фахівцями та активістами, що дозволяє їм бути ближче до місцевої громади та відображати її реальні потреби та проблеми.

5. Забезпечення об'єктивності та прозорості: хоча комунальні ЗМІ фінансуються з бюджету місцевих органів влади, їм важливо забезпечити об'єктивне висвітлення подій та зберегти незалежність від політичного впливу. Це сприяє підвищенню рівня довіри місцевих жителів до ЗМІ та підтримує демократичний процес на місцевому рівні [44].

У висновку можна зазначити, що комунальні засоби масової інформації є невід'ємною складовою медійного ландшафту на місцевому рівні. Вони відіграють ключову роль у забезпеченні доступу мешканців до актуальної інформації про місцеві події та розвиток спільноти. Особливості

комунальних ЗМІ полягають у їхній локальній орієнтації, акцентуванні уваги на муніципальних питаннях, сприянні громадській участі та залученні місцевих ресурсів, а також у забезпеченні об'єктивності та прозорості в інформаційному просторі.

Важливо підкреслити, що успішна робота комунальних ЗМІ сприяє формуванню активної громадянської позиції та підтримує демократичні принципи управління безпосередньо на локальному рівні. Тому важливо підтримувати їхню роботу та забезпечувати незалежність від політичного впливу, щоб вони могли інформувати громаду об'єктивно та об'єктивно відображати інтереси місцевих жителів. Комунальні ЗМІ відіграють важливу роль у будівництві сильних та здорових місцевих спільнот, тому їхня підтримка та розвиток є надзвичайно важливими завданнями для подальшого розвитку суспільства.

Теоретичний аспект комунальних медіа розглядає роль та значення медіа в суспільстві через призму їхнього власництва та управління. Комунальні медіа виділяються серед інших форм, таких як приватні та державні, оскільки вони є власністю спільноти чи муніципалітету. Ця відмінність власництва відображається у їхній меті – задоволенні інформаційних потреб громадян та підтримці місцевих інтересів [45].

Комунальні медіа зазвичай мають місцеву спрямованість, орієнтуючись на події та питання, що стосуються конкретної громади чи регіону. Це може включати в себе місцеві новини, культурні програми та інші інформаційні послуги, які створюються з урахуванням потреб і інтересів місцевого населення [46].

Крім того, комунальні медіа часто відіграють важливу роль у зміцненні демократії та підвищенні громадянської участі. Вони створюють платформи для обговорення суспільних питань, надають громадянам можливість висловлювати свої погляди та сприяють формуванню громадської думки [47].

Фінансування комунальних медіа може здійснюватися за рахунок муніципального бюджету, рекламних доходів чи пожертвувань громадян. Це може впливати на їхню незалежність та об'єктивність, оскільки джерела фінансування можуть мати свої інтереси та вплив на медійний контент [48].

Основні аспекти теорії комунальних медіа включають:

*1. Громадська власність комунальних медіа* визначається їхнім приналежністю громадськості чи муніципалітетам. Це означає, що ці медіа віддані в користування для загального блага, а не для приватних чи корпоративних інтересів. Така форма власності створює зобов'язання перед громадою та сприяє більшій відкритості та доступності інформації для всіх шарів суспільства [49, с. 5].

У порівнянні з комерційними медіа, які мають прибуткову мету, комунальні медіа здебільшого фокусуються на задоволенні інформаційних потреб громадян, а не на отриманні прибутку. Це дозволяє їм вирішувати питання, які можуть бути менш привабливими для комерційних медіа, але важливими для місцевої спільноти.

Також, відмінність комунальних медіа від державних полягає в їхньому власництві та управлінні. Державні медіа можуть бути схильними до політичного впливу та контролю, оскільки їхнє фінансування часто залежить від урядових асигнувань або політичних домовленостей. У той час як комунальні медіа, належать громаді або муніципалітету, зазвичай мають більшу незалежність від політичного впливу.

Одним з важливих аспектів громадських медіа є їхня роль у зміцненні громадянського суспільства та сприяння демократії. Вони створюють платформу для вільного обміну інформацією, обговорення суспільних питань і висловлювання різноманітних поглядів, що сприяє формуванню критичного мислення та активної участі громадян у справах суспільства.

Загалом, громадська власність комунальних медіа відіграє важливу роль у забезпеченні різноманітності медійного ландшафту, захисті публічних інтересів та підтримці демократичних цінностей у суспільстві.

2. *Місцева спрямованість* є ключовим аспектом комунальних медіа, оскільки вони зазвичай ставлять перед собою завдання інформувати місцевих жителів про події та питання, які стосуються конкретної місцевої спільноти. Це означає, що вони звертають увагу на новини та інформаційні події, які мають місцеве значення та вплив на життя мешканців даної місцевості [50].

Комунальні медіа надають платформу для висвітлення місцевих подій та ініціатив, таких як спортивні заходи, культурні події, шкільні та муніципальні програми, ярмарки та інші місцеві ініціативи. Це допомагає створювати почуття приналежності та спільноти серед мешканців та підтримує розвиток місцевої ідентичності та культури.

Крім того, місцеві медіа часто зосереджуються на проблемах і викликах, з якими стикаються місцеві громади. Вони можуть висвітлювати питання місцевої інфраструктури, безпеки, освіти, здоров'я та інших аспектів, які мають прямий вплив на якість життя мешканців.

Завдяки місцевій спрямованості, комунальні медіа стають невід'ємною частиною місцевої спільноти та відіграють важливу роль у зближенні громадян, стимулюючи обмін інформацією, думками та ідеями серед мешканців. Це сприяє формуванню активної та свідомої громадськості, а також сприяє розвитку демократії на місцевому рівні.

3. *Демократичність* є однією з найважливіших характеристик комунальних медіа, оскільки вони відіграють важливу роль у забезпеченні доступу до інформації та створенні платформ для вільного обміну думками та ідеями серед громадян. Комунальні медіа допомагають відкривати доступ до різноманітних джерел інформації, що сприяє формуванню інформованого суспільства та підвищенню рівня свідомості громадян [51].

Створення платформ для обговорення суспільних питань є ще одним важливим аспектом демократичності комунальних медіа. Вони надають можливість громадянам висловлювати свої думки, ділитися переживаннями та обговорювати актуальні теми, що сприяє розвитку громадської думки та формуванню демократичних цінностей.

Розмаїття поглядів та ідей, що висвітлюються через комунальні медіа, сприяє розвитку демократії шляхом створення умов для діалогу та взаєморозуміння між різними соціальними групами та політичними поглядами. Це стимулює активну участь громадян у справах суспільства та сприяє побудові демократичних структур.

Комунальні медіа також можуть допомагати у вирішенні конфліктів та непорозумінь, шляхом відкритого обговорення та пошуку компромісів. Це сприяє підтримці миру та стабільності в суспільстві та сприяє зміцненню демократичних інститутів та процесів.

*4. Фінансування* є важливим аспектом діяльності комунальних медіа, оскільки воно визначає, наскільки незалежними та об'єктивними можуть бути ці медіа у своїй роботі. Комунальні медіа можуть отримувати фінансування з різних джерел, включаючи муніципальний бюджет, рекламні доходи та пожертвування громадян. Це може впливати на їхню незалежність та об'єктивність, оскільки джерела фінансування можуть мати власні інтереси та вплив на медійний контент [52].

Отримання фінансування від муніципального бюджету може забезпечити комунальним медіа стабільність фінансування, але при цьому може виникнути ризик політичного впливу та цензури з боку муніципальних влад. Такий вплив може обмежувати свободу виразу та незалежність журналістського розслідування.

Залежність від рекламних доходів також може впливати на об'єктивність медіа, оскільки вони можуть бути схильні до того, щоб враховувати інтереси своїх рекламодавців у вирішенні тем та виборі контенту для публікації. Це може впливати на розмаїття та об'єктивність інформаційного потоку.

Пожертви громадян можуть забезпечити комунальним медіа додаткові ресурси та незалежність від урядових або корпоративних впливів. Проте, велика залежність від пожертв може зробити медіа вразливими до впливу конкретних донорів та обмежити їхню редакційну свободу.

Узагальнюючи, джерела фінансування комунальних медіа мають значний вплив на їхню незалежність та об'єктивність. Важливо забезпечити рівновагу між різними джерелами фінансування для збереження незалежності та об'єктивності медіа.

*5. Відкритий доступ до інформації* є одним з важливих принципів комунальних медіа, які прагнуть забезпечити широкий доступ громадян до інформації та створити умови для активної участі громадян у медійних процесах. Комунальні медіа створюють платформи, які дозволяють громадянам висловлювати свої думки, обговорювати важливі суспільні питання та співпрацювати у формуванні медійного контенту [53].

Публікація відкритої інформації та створення відкритих форумів для дискусій допомагає комунальним медіа стати платформою для обміну ідеями та перспективами. Це стимулює розвиток відкритої та свідомої громадянськості, сприяє підвищенню рівня довіри до медіа та уряду, а також сприяє формуванню різноманітних поглядів на суспільні події та явища.

Комунальні медіа часто створюють можливості для громадянського журналізму та участі у медійному виробництві, що дозволяє громадянам стати активними учасниками створення медійного вмісту. Це допомагає забезпечити різноманітність та об'єктивність інформації, а також стимулює взаємодію між медіа та громадянами.

Відкритий доступ до інформації та участь громадян у медійних процесах є важливим елементом демократії та розвитку суспільства. Комунальні медіа виступають каталізатором для активного громадянського участі у формуванні медійного простору та сприяють розвитку відкритого та демократичного суспільства.

*6. Співпраця з іншими галузями* є важливим аспектом роботи комунальних медіа, оскільки це дозволяє їм забезпечувати широкий та різноманітний контент для місцевих громадян. Комунальні медіа часто встановлюють партнерські відносини з місцевими владними органами, неприбутковими організаціями, освітніми установами та іншими

суспільними інституціями для спільного створення та поширення контенту, який відповідає інтересам та потребам місцевої спільноти [54].

Співпраця з місцевими владними органами дозволяє комунальним медіа отримувати доступ до офіційної інформації та подій, що стосуються місцевої політики та управління. Це допомагає забезпечити громадян інформацією про важливі події та рішення, які впливають на їхнє життя, та сприяє більшій прозорості та відкритості у діяльності владних органів.

Співпраця з неприбутковими організаціями може сприяти створенню контенту, який стосується важливих суспільних питань та проблем, таких як захист навколишнього середовища, розвиток культури та мистецтва, підтримка вразливих груп населення тощо. Це допомагає підняти свідомість громадян про ці питання та стимулює обговорення та дії для вирішення проблем.

Співпраця з освітніми установами може сприяти створенню контенту, який сприяє освіті та розвитку навичок серед мешканців місцевості. Це може включати навчальні програми, інтерв'ю з експертами, навчальні відеоматеріали тощо. Такий контент сприяє розвитку місцевої освіти та підвищенню рівня інформованості мешканців.

Узагальнюючи, співпраця з іншими галузями дозволяє комунальним медіа забезпечити різноманітний та цікавий контент для місцевих громадян, що сприяє їхній інформованості, освіті та активній участі у справах місцевої спільноти.

Вивчення теоретичного аспекту комунальних медіа розкриває важливі аспекти їхньої ролі та значення в сучасному суспільстві. Комунальні медіа відрізняються своєю громадською власністю, що надає їм платформу для вільного обміну інформацією та сприяє незалежності від комерційних або політичних впливів [55]. Їхній фокус на місцевих питаннях та подіях забезпечує близькість до громади та сприяє розвитку місцевої ідентичності. Демократичність комунальних медіа проявляється у їхній ролі в забезпеченні доступу до інформації та участі громадян у медійних процесах [56].

Фінансування комунальних медіа може бути різноманітним, і воно визначає ступінь їхньої незалежності та об'єктивності. Забезпечення стійкого та незалежного фінансування є важливим для збереження редакційної свободи та незалежності від зовнішніх впливів. Крім того, співпраця комунальних медіа з іншими сферами, такими як місцеві владні органи, неприбуткові організації та освітні установи, сприяє створенню різноманітного та цікавого контенту для громадян [57].

Загальний висновок полягає у тому, що комунальні медіа виступають невід'ємною частиною суспільного життя, забезпечуючи доступ до інформації, підтримуючи демократичні цінності та сприяючи активній участі громадян у суспільних процесах. Їхня роль полягає в тому, щоб вони були незалежними, об'єктивними та доступними для всіх верств населення, щоб сприяти формуванню інформованого, відкритого та демократичного суспільства.

### **1.3 Визначення та особливості регіональних приватних медіа (на прикладі МГ «Об'єктив»)**

Засновник приватних (комерційних) ЗМІ є власник, який за власною ініціативою створив медіа, і при цьому не хоче зазнавати впливу з боку міського або державного самоврядування. Зазвичай прибутком приватних медіа є рекламні інтеграції, гранти (зокрема міжнародні), продаж різного ексклюзивного контенту своїй аудиторії тощо. Матеріальною базою таких медіа є власність приватних осіб чи громадських об'єднань. Також за редакційними справами слідкують або урядові структури, або це здійснює засновник чи власник видання [59].

Приватні медіа вирізняються серед інших тим, що мають свободу вибору тематики та підходів до подання інформації, що дозволяє їм бути більш гнучкими та реагувати на зміни у суспільстві швидше, ніж, наприклад, комунальні медіа, чий матеріал залежить від контролю уряду на міському

рівні. Однак незалежність приватних ЗМІ також може бути обмежена комерційними або політичними інтересами власників чи спонсорів.

Прикладом харківського ЗМІ з приватною формою власності є МГ «Об'єктив». Адже дане медіа у 2024 році, під час війни, продовжує фінансуватися за рахунок міжнародного фонду, що свідчить про те, що у мирний час ЗМІ фінансувалося на рахунок реклами та інших ресурсів, на яких розповсюджувався контент. МГ «Об'єктив» забезпечує свою аудиторію актуальною та оперативною інформацією на регіональному рівні. Журналісти висвітлюють події як у Харкова, так і в області, також присутні загальноукраїнські теми, які цікавлять аудиторію.

Під час повномасштабної війни наповнення МГ «Об'єктив» зазнали деяких змін. Найбільшою мірою це вплинуло на новини та репортажі. Динаміка змін дуже різниться у порівнянні з довоєнною, зокрема в новинах стало більше говоритися про ситуацію в області та в місті. Протягом середини квітня та травня 2024 увага акцентується на місті Харкові, особливо на ймовірній загрозі з боку РФ. Так, щоденні звіти про бойові дії, стратегічний рух військ обох сторін, евакуація мирного населення та гуманітарні кризи стають домінуючими темами. Щодо репортажів – вони зазнали теж деяких змін під час війни: замість репортажів з міста, де все було гаразд, процвітав бізнес, стало більше репортажів з тих же районів міста, але акцент уже на їхніх руйнаціях від російських ракет та як місцеві з комунальними служби усувають наслідки, також з'явилися репортажі із новим акцентом – з лінії фронту, такі матеріали стали ексклюзивними.

Тож можна сказати, що у порівнянні з довоєнним часом, коли увага була сконцентрована на політиці, економіці та соціальних питаннях, під час війни медіагрупа «Об'єктив» зосереджується на поданні об'єктивної та актуальної інформації про події на передовій, гуманітарній кризі та наслідках воєнних дій для населення.

## **РОЗДІЛ 2. ДІЯЛЬНІСТЬ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ ХАРКОВА ДО ТА ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ**

### **2.1 Функціонування регіональних ЗМІ Харкова до повномасштабної війни**

Регіональні ЗМІ відіграють важливу роль у висвітленні місцевих питань, яким приділяється менше уваги на національному та міжнародному рівні. Вони можуть надати платформу для місцевих голосів і перспектив, а також допомогти розвинути почуття спільноти та громадянської активності у своїх відповідних регіонах.

Регіональні медіа мають свої особливості та виклики, які відрізняються від тих, з якими стикаються національні чи міжнародні. Деякі з ключових особливостей регіональних ЗМІ включають:

#### **1. Невеликий бюджет**

Як правило, фінансування регіональних засобів масової інформації не є масштабним, що зумовлює необхідність працівників працювати з меншою кількістю ресурсів та використовувати незначні технічні можливості.

#### **2. Більш вузький спектр проблем, що висвітлюються**

Вони зосереджені на місцевих проблемах. Пріоритетними завжди є локальні події та новини, які можуть мати вплив на громаду. Зокрема, це культурні або політичні матеріали.

#### **3. Конкуренція з боку національних та міжнародних ЗМІ**

Незважаючи на те, що регіональні ЗМІ здебільшого мають локальний характер, їм доводиться боротися за увагу аудиторії із загальнонаціональними та міжнародними медіа. Деякі з них у таких умовах починають шукати або створювати більш сенсаційні історії. Зокрема, змінюють свою регіональну зосередженість на більш глобальні новини.

Регіональні ЗМІ високо цінуються аудиторією за надання надійної та достовірної інформації про місцеві проблеми. Це може породжувати відповідальність за дотримання високих стандартів журналістської етики та

добročесності, водночас керувати складною політичною та соціальною динамікою в регіоні.

Загалом, вони відіграють вирішальну роль у наданні інформації та формуванні суспільного дискурсу в своїх громадах. Хоча вони можуть зіткнутися з багатьма проблемами та обмеженнями, при цьому також мають можливість звертати увагу на місцеві проблеми та зробити внесок у розвиток інформаційного суспільства.

Якщо говорити про Харків, то це – велике місто на північному сході України. Місто має яскравий і різноманітний регіональний медіа-ландшафт: низку газет, радіостанцій, телевізійних станцій та онлайн-джерел новин, які інформують місцевих мешканців та повідомляють про події в межах регіону. Однією із найстаріших газет, яка досі існує, є «Слобідський край», заснована ще в 1917 році.

У Харкові також діє кілька радіостанцій, які обслуговують різну аудиторію. Наприклад, «Радіо Свобода» транслює новини та аналітику українською та російською мовами, а «Радіо ХІТ FM» транслює популярну музику та передає місцеві новини. До них також можна додати такі популярні станції, як «Радіо Промінь», «Мелодія FM», «KISS FM» та «Радіо П'ятниця».

Крім того, у місті є кілька телевізійних станцій, таких як «АТН», «Об'єктив новини», які висвітлюють регіональні новини, культурні події, розваги та спорт. До того ж, досить популярними в Харкові є «7 канал» та «Суспільне Харків».

Останнім часом у Харкові дедалі популярнішими стають онлайн-джерела новин. «057.ua» – популярний незалежний новинний сайт Харкова, що висвітлює місцеві події та надає актуальну інформацію про затори, ДТП, погодні умови, кримінальні події та розповідає про інші проблеми міста. На сайті можна знайти карту міста, оголошення та анонси майбутніх подій.

«Деро.Харків» – ще один інтернет-ресурс, який висвітлює місцеві новини, охоплюючи Харків та Харківську область. Важливо відзначити, що видання має багато різних розділів на абсолютно різні тематики.

Загалом регіональні ЗМІ Харкова є різноманітними джерелами місцевих новин та інформації. Незалежно від того, віддає користувач перевагу читанню газети, слуханню радіо, перегляду телебачення чи перегляду веб-сторінок, у нього є багато варіантів, щоб бути в курсі подій міста та регіону.

Окрім традиційних медіа, у Харкові також широко використовуються соціальні мережі для поширення новин та інформації. Такі платформи, як Facebook, Instagram і Twitter та Telegram популярні для обміну новинами та оновленнями від місцевих журналістів і блогерів, а також для громадянської журналістики.

Одним із викликів, з яким стикаються регіональні ЗМІ в Харкові, є війна з Росією, яка створює складну політичну та безпекову обстановку. Деякі ЗМІ критикували за упереджене висвітлення та поширення пропаганди, пов'язаної з конфліктом, тоді як інші зазнавали переслідувань і цензури.

Однак, незважаючи на ці проблеми, багато ЗМІ в Харкові продовжують надавати критичні репортажі та аналіз місцевих і загальнодержавних подій, включно з питаннями, пов'язаними з корупцією, врядуванням і соціальною справедливістю. Журналісти в регіоні часто працюють у складних умовах, але їх робота є важливою для підтримки прозорості та підзвітності в регіоні.

За останні роки в Харкові посилили рівень підготовки у сфері підвищення медіаграмотності та підтримки незалежних ЗМІ. Громадські організації та міжнародні інвестори забезпечили фінансування та навчання журналістів і ЗМІ з метою підвищення якості та незаангажованості регіональних видань.

Особливостями регіональних ЗМІ Харкова є різноманітність та динамічність, що відображає статус міста як великого культурного та економічного центру України.

У Харкові помітна відсутність саме власних радіостанцій і недостатня кількість друкованих видань, тоді як наявні газети та телеканали часто перебувають під контролем відомих українських політиків, бізнесменів та їхніх помічників. У цьому аспекті харківський медіаринок не є унікальним, оскільки, як і в усій країні, ЗМІ не завжди слугують бізнесу, а скоріше можуть використовуватися для трансляції поглядів політичних діячів.

Незважаючи на те, що медіа-ландшафт має проблеми та обмеження, у журналістів і засобів масової інформації є багато можливостей зробити свій внесок у публічний дискурс і притягнути до відповідальності тих, хто має владу.

## **2.2 Висвітлення головних новин регіональними ЗМІ Харкова**

Головні новини регіональних ЗМІ Харкова, як правило, подаються так само, як і новини інших видань світу. Як вже було зазначено, у харківських регіональних ЗМІ часто використовують соціальні медіа-платформи, такі як Facebook і Telegram, щоб висвітлювати свої головні новини. Вони можуть публікувати заголовки, екстрені новини та посилання на статті чи відео у своїх облікових записах соціальних мереж, щоб охопити ширшу аудиторію та взаємодіяти зі своїми читачами чи глядачами.

Загалом, вони прагнуть подавати головні новини дня чітко, лаконічно та захопливо, використовуючи різноманітні формати та платформи для охоплення аудиторії, надавати точну та актуальну інформацію, а також пропонувати аналіз, коментарі та погляди на події дня. Крім того, саме визначення специфіки подання новин можна визначити за їхніми заголовками. Тобто, побачити, які саме новини подаються та яким тоном. До прикладу переглянемо регіональні ЗМІ Харкова:

Kharkiv Today – це онлайн-новинний портал, який охоплює широкий спектр тем, включаючи політику, бізнес, культуру та спорт. Зокрема, на сайті можна переглянути розділ фоторепортажі. Веб-сайт містить поєднання статей, фотографій і відео з акцентом на останніх новинах і поточних подіях.

Вечірній Харків – щоденна газета, яка була заснована 1 січня 1969 року та виходить тричі на тиждень. Газета висвітлює місцеві новини та події в Харкові та околицях, з акцентом на політику, суспільство, спорт та культуру. Газета також містить новини України та світу. Важливо відмітити, що на сайті можна переглянути архів новин та номерів газети, він є доступним для кожного користувача.

Kharkiv Comments – видання, яке висвітлює поточні події в Харкові та Україні для міжнародної аудиторії. Загалом, до повномасштабного вторгнення переважно спеціалізувалося на новинах бізнесу, технологій та суспільства. Наразі ці матеріали розмежовуються з новинами про положення на фронті.

Медіагрупа Накипіло – це незалежне харківське медіа. Воно об’єднує в собі радіо, прес-центр, освітній центр, продакшн-студію та власне онлайн-медіа. Головними принципами групи є постійний розвиток та свобода слова. Як зазначається на сайті, появу цього ЗМІ у березні 2014 року зумовила проблема нестачі інформації та впливових професійних медіа в Харкові. На головній сторінці, кожен має змогу переглянути повну історію виникнення, про досягнення групи за часи існування, зокрема, ознайомитися з командою творців.

kh.vgorode – новинний онлайн-портал. Серед пропозицій маємо довідник, де можна знайти різні послуги, установи та локації будь-яких місць в межах міста. Щодо саме матеріалів ми маємо дві категорії: **афіша** та **новини**. У першій категорії безпосередньо можна знайти інформацію щодо подій міста, таких як виставки, концерти, фестивалі, майстер-класи тощо. Новини охоплюють різні категорії: від подій до суспільства, про спорт та дозвілля, а також комунальні послуги.

Одна з найхарактерніших особливостей онлайн-ЗМІ полягає у знеособленні джерела інформації та учасників подій. Це означає, що багато матеріалів, які публікуються в Інтернеті, не містять вказівки на конкретну особу або організацію, яка є джерелом інформації.

За даними досліджень Інституту Масової Інформації, близько третини матеріалів, які публікуються на Status QUO, не містять імен та контактних даних конкретних осіб. Замість цього журналісти звертаються до організацій у цілому, щоб отримати необхідну інформацію для своїх матеріалів.

Однак такий підхід має свої переваги та недоліки. З одного боку, це може зменшити ризик порушення конфіденційності та захисту особистих даних, оскільки імена та інші особисті дані не розголошуються. З іншого боку, це може створювати проблеми з достовірністю інформації та відповідальністю за її зміст, оскільки джерело може бути недостатньо перевіреним та авторитетним.

Загалом харківські регіональні ЗМІ націлені на всебічне уявлення про місцеві та національні новини та події, з акцентом на оперативні новини та поточні події. Вони використовують різні формати, включаючи друковані видання, телебачення та онлайн-ЗМІ, щоб охопити свою аудиторію та тримати її в курсі останніх подій.

Зазначимо, що дослідження ІМІ у 2020 році виявило, що в онлайн-ЗМІ Харкова більшість новин було опубліковано на основі повідомлень прес-служб. Новини, написані в регіональних ЗМІ журналістами, на той період займали не більше 10,5% від загальної кількості новин.

Навчання військових та загострення в сусідніх з Харківською областях ще до 24 лютого привернули увагу місцевих медіа. Замість звичайних тем, таких як культура та спорт, журналісти почали писати про готовність бомбосховищ, потенційне вторгнення та тренінги з домедичної допомоги. Звістки про ці навчання та загострення надійшли з Харківщини, та були зафіксовані як місцевими, так і закордонними ЗМІ. Ці теми були особливо актуальними напередодні повномасштабного вторгнення РФ в Україну та точкових бомбардувань.

### **2.3 Регіональні ЗМІ Харкова під час повномасштабної війни**

Під час повномасштабної війни в Україні, яка почалася у лютому 2022 року, регіональні ЗМІ Харкова відігравали і продовжують відігравати важливу роль в інформуванні громадськості про ситуацію на передовій, а також вплив конфлікту на місцеве населення.

Багато засобів масової інформації: місцеві телевізійні та радіостанції, газети та інтернет-портали новин – широко висвітлювали війну, повідомляючи про військові дії, жертви, злочини окупантів та гуманітарну ситуацію в зоні конфлікту. Одними з найвідоміших ЗМІ у Харкові під час війни стали МГ «Об'єктив», «Суспільне Харків» та новинний портал 057.ua.

Крім традиційного висвітлення новин, деякі ЗМІ також займалися журналістськими розслідуваннями, викриваючи корупцію та зловживання владою з боку урядовців і військових командирів. Однак у деяких випадках війна також призвела до придушення свободи слова та незалежної журналістики, коли медійники стикалися з переслідуваннями, залякуванням і навіть насильством як з боку урядових сил, так і проросійських сепаратистських груп [10].

Загалом харківські регіональні ЗМІ відіграли важливу роль в інформуванні та аналізі війни, а також у висвітленні людських втрат конфлікту як для мирних жителів, так і для військових.

ЗМІ у форматі телебачення. У Харкові працює кілька місцевих і регіональних телеканалів станцій. Одними з найпопулярніших телеканалів Харкова є «АТН», «Об'єктив TV», «7 канал» та «Суспільне Харків». Ось приклад новин, які подаються саме на телебаченні Харкова в умовах війни, та транслюються на сторінку сайту ЗМІ:

«АТН» – в умовах війни даний телевізійний канал, зосереджений в більшості всіх залежних новинах від війни. Якщо про світло, то про умови життя під час війни, якщо про урожай, то про те як розмінювали селища на Харківщині.



### УПРОДОВЖ ТИЖНЯ НА ХАРКІВЩИНІ РОЗМІНУВАЛИ МАЙЖЕ 114 ГЕКТАРІВ ТЕРИТОРІЇ

30 Березня 2023 18:05 0 0

З 23 до 29 березня фахівці провели розмінування 31,3 км ділянок автодоріг, 2,9 км газопроводів, а також обстежили 10 об'єктів. Про це повідомили в Департаменті цивільного захисту Харківської ОВА. Протягом ...



### ОБЛЕНЕРГО НАПОЛЕГЛИВО ПРОСИТЬ ХАРКІВ'ЯН ВЧАСНО ПЕРЕДАВАТИ ПОКАЗАННЯ ЛІЧИЛЬНИКІВ

30 Березня 2023 17:47 32 0

АТ «Харківобленерго» нагадує споживачам про необхідність вчасно передавати дані приладів обліку. Адже якщо цього не зробити, платіжки будуть розраховані на основі середньодобового, а не фактичного споживання. Показання лічильників треба передати ...



### НА ХАРКІВЩИНІ РОЗСЛІДУЄТЬСЯ ПОНАД 13300 КРИМІНАЛЬНИХ ПРОВАДЖЕНЬ ЩОДО ЗЛОЧИНІВ ПРОТИ МИРУ, БЕЗПЕКИ ЛЮДСТВА ТА МІЖНАРОДНОГО ПРАВОПОРЯДКУ

30 Березня 2023 17:29 3 0

30 березня під головуванням заступника керівника Харківської обласної прокуратури відбулось засідання міжвідомчої робочої групи у сфері протидії кримінальним правопорушенням, пов'язаним зі збройною агресією Російської Федерації проти України. До складу робочої ...

Рис. 3.1. – Формат новин під час повномасштабної війни «АТН»

«Об'єктив.TV» – під час війни формує матеріал не лише суто новинної тематики, але і військові, статистичні дані, щодо роботи у Харкові та області, та щодо інших життєво важливих речей, з урахуванням військового стану. Зокрема журналісти медіа групи «Об'єктив» пишуть про події Харківщини, про обстріли області та наслідки руйнувань. Джерела такої інформації – це зокрема коментарі прес-служби ХОВА та ГУНП поліції в Харківській області. Також на сайті розміщуються відеосюжети, у яких висвітлюються переважно події в середині міста.



Рис. 3.2. – Формат новин під час повномасштабної війни «Об’єктив TV» «7 канал» – станом під час війни переформатував свій стиль та викреслив російську мову зі всієї своєї площини, формуючи 70-80% новинної тематики та 20-30% розважального.

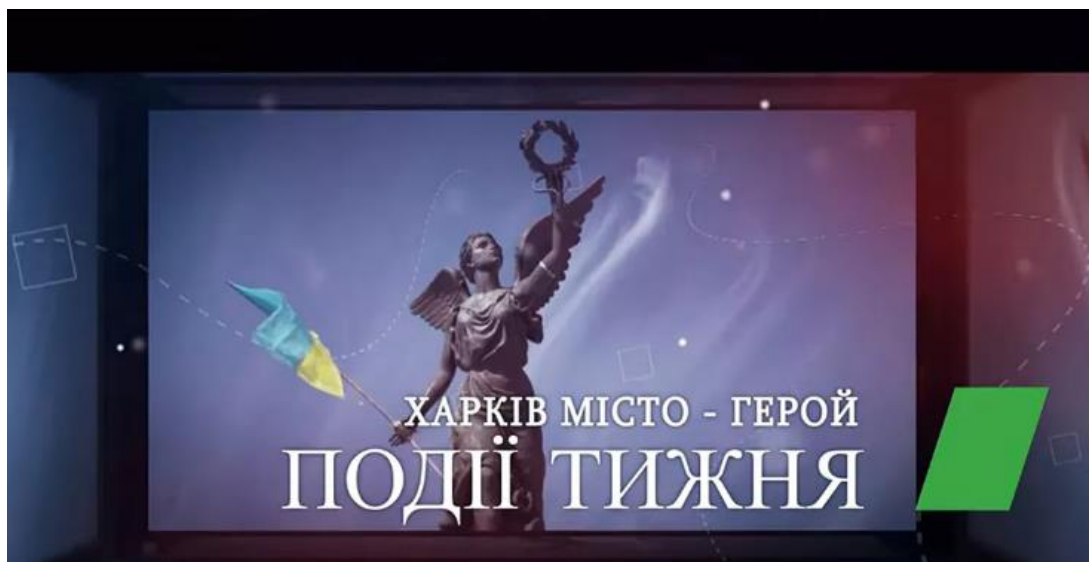


Рис. 3.3. – Заставка каналу «7 канал» м. Харків

«Суспільне Харків» – на 100% містить у собі тільки військові та суспільні новини в умовах повномасштабного вторгнення. Важко знайти тут розважальний контент або ж який не стосується воєнного стану.



Рис.2.4. – репортаж каналу «Суспільне Харків»

Радіо також популярне в Харкові, у місті ведеться мовлення місцевих і регіональних радіостанцій. Одними з найпопулярніших радіостанцій Харкова є «Радіо Промінь», «Накипіло радіо», «Радіо П'ятниця» «Kiss FM», «Радіо ХІТ FM» і «Мелодія FM», у випадку з телебаченням та газетою, радіо може бути рятівним кругом, якщо телебачення не доступне, а газети не постачають, то саме радіо ще можна включити з телефону, машини чи радіо пристрій [10].

Але говорячи саме про новини таких станцій Харкова, як «Радіо Промінь», «Накипіло радіо», «Радіо П'ятниця» «Kiss FM», «Радіо ХІТ FM» і «Мелодія FM», то під час конфлікту чи війни радіостанціям може знадобитися адаптуватися, віднайти методи доставки новин, щоб гарантувати точну та своєчасну інформацію своїм слухачам. Це може включати створення спеціальних редакцій або груп, які зможуть збирати та перевіряти інформацію з багатьох джерел, включаючи офіційні урядові джерела, очевидців і міжнародні інформаційні агентства [11].

Радіостанціям також потрібно буде скорегувати свій розклад передач, щоб надавати більш часті оновлення новин, а також спеціальні звіти чи програми, які зосереджуються на впливі конфлікту на місцеві громади. У деяких випадках радіостанціям може знадобитися взагалі призупинити свої

звичайні програми, щоб забезпечити цілодобове висвітлення новин або сповіщення про надзвичайні ситуації.

Щоб забезпечити слухачам доступ до оновлених новин і екстреної інформації, радіостанціям потрібно буде використовувати кілька каналів зв'язку, таких як соціальні мережі, текстові повідомлення або мобільні програми. Це може допомогти охопити ширшу аудиторію та надати інформацію тим, хто може не мати доступу до традиційних радіопередач.

На додаток до оновлення новин, радіостанціям також може знадобитися надати підтримку та допомогу своїм слухачам під час кризи. Це може включати співпрацю з місцевими організаціями чи державними установами для надання інформації про зусилля з надання допомоги чи екстрені служби, а також надання емоційної підтримки та консультування тим, хто безпосередньо постраждав від конфлікту [12].

Загалом подача новин на радіостанціях міста Харкова у воєнний час, швидше за все, зосереджена на наданні точної, своєчасної та достовірної інформації своїм слухачам, а також на підтримку потреб місцевої громади.

Газети є ще одним важливим засобом масової інформації в Харкові, у місті виходить кілька місцевих і регіональних газет. Одними з найпопулярніших газет у Харкові є «Вечірній Харків», «Слобідський край» і «Харківська правда», де вони в більшості функціонують в онлайн режимі, через те, що Харків має сильну ракетну та іншу воєнну загрозу, тож друк газет зараз доволі обмежений. У додатку А сформовані приклади новин даних газетних видань у онлайн форматі.

Крім традиційних засобів масової інформації, існують також онлайн-медіа, які надають новини та інформацію про Харків та населені пункти області. Одними з найпопулярніших новинних інтернет-порталів у Харкові є «057.ua», «МГ Об'єктив», «Харківські вісті», «Медіа група Накипіло», «Status QUO», «KharkivToday», «kh.vgorode» та «Депо Харків».

До прикладу «057.ua», «KharkivToday» та «kh.vgorode» — місцевий новинний сайт, який охоплює широкий спектр тем, пов'язаних із Харковом, зокрема новини, політику, культуру, спорт та бізнес.

Під час війни «057.ua», «KharkivToday» та «kh.vgorode» зосереджуються на наданні оперативних новин, пов'язаних із війною, таких як оновлення військових операцій, жертв і гуманітарних заходів. Веб-сайт може надавати аналіз і коментарі щодо впливу конфлікту на місцеву громаду, включаючи економічні, соціальні та психологічні наслідки.

Окрім оновлених новин, «057.ua» «KharkivToday» та «kh.vgorode» також може надавати інформацію про ресурси та служби підтримки, доступні постраждалим від конфлікту, такі як екстрені служби, притулки чи консультаційні служби. Веб-сайт може містити інтерв'ю з місцевими чиновниками, громадськими лідерами та експертами, щоб надати розуміння ситуації на місці та запропонувати погляди на конфлікт.

Загалом «057.ua» «KharkivToday» та «kh.vgorode», відіграє важливу роль у забезпеченні інформованості та зв'язку місцевої громади під час конфлікту, забезпечуючи життєво важливе джерело інформації, підтримки та аналізу для мешканців Харкова та прилеглих районів.

Беручи до уваги інші ЗМІ, як «Медіа група Накипіло», то вони формують новини війни в позитивному руслі, а саме як «Успіхи ЗСУ на Харківщині» або «Зірковий Харків та його астроном Микола Барабашов». Окрім того, журналісти «Накипіло» розповідають про культурне життя міста і як відбувається поступова реконструкція розбитих будинків у районах, які найбільше постраждали від обстрілів окупантів. На сайті розміщено багато різних інтерв'ю не лише з військовими, а й з тими, хто безпосередньо постраждав від війни.

Отже, розберемо про що писали медіа Харкова від початку повномасштабного вторгнення. Газетне видання «Харківські Вісті» (що перейменувалося з назви «Харьковские Известия» 24 лютого), як і до вторгнення переважно пише щодо діяльності міського мера Ігоря Терехова.

Районна газета Богодухова «Маяк» працює у старому колективі, та виходить регулярно. Однак зміст змінився на воєнну тематику. Висвітлюються, зокрема, події на фронті та життя та побут військових.

Нинішньою практикою прес-центрів Харкова є переважно онлайн-робота. Особливо активний є «Харківський прес-клуб», який організовує зустрічі з міськими та селищними головами, а також з керівниками департаментів обласної та міської рад в Zoom. Цей підхід не тільки надзвичайно важливий для області, але і допомагає журналістам інших видань оперативно підготувати матеріали.

Прес-центр медіагрупи «Накипіло» публікує розмови з експертами з-за кордону з метою міжнародного просування Харкова. Крім того, в партнерстві з Сергієм Жаданом, прес-центр публікує коментарі людей з різних сфер щодо війни [12].

Крім військової тематики харківські медіа пишуть про соціальні проблеми, проблеми міста, періодично з'являється інформація про події в межах міста та публікують загальноукраїнські новини. Загалом, події фіксовані в ЗМІ Харкова від початку повномасштабного вторгнення, мають різний характер. Звісно, побільшало інформації та матеріалів про фронт. У перші дні вторгнення фактично весь медіапростір стосувався саме теми війни та військових не тільки в Харкові, а й в цілому в Україні.

#### **2.4 Поширення харківськими медіа інформації з обмеженим доступом**

Поширення інформації з обмеженим доступом в умовах війни в Харкові, відоме як несанкціоноване розкриття або «злиття» секретної інформації, може призвести до серйозних правових наслідків для відповідальної особи. Конкретна відповідальність залежатиме від характеру розкритої інформації, обставин розголошення та законодавства відповідної юрисдикції.

У більшості випадків поширення інформації з обмеженим доступом є кримінальним злочином, який карається штрафом, позбавленням волі або тим і іншим разом. Суворість покарання залежатиме від рівня шкоди,

заподіяної розголошенням, намірів відповідальної особи та потенційного ризику для національної чи громадської безпеки [14].

Крім того, особа, відповідальна за несанкціоноване розголошення, може бути притягнута до цивільної відповідальності, зокрема до судових позовів від осіб або організацій, які постраждали від розголошення. Це може включати відшкодування фінансових втрат, шкоди репутації чи інших форм шкоди внаслідок несанкціонованого розголошення.

Нарешті, особа, відповідальна за несанкціоноване розголошення, може зіткнутися з професійними та особистими наслідками, включаючи втрату доступу до безпеки, втрату роботи та шкоду своїй професійній репутації [14].

Загалом, наслідки розповсюдження інформації з обмеженим доступом можуть бути серйозними як з точки зору юридичної відповідальності, так і з точки зору особистих чи професійних наслідків. Особам важливо розуміти потенційні наслідки несанкціонованого розголошення та вживати відповідних запобіжних заходів для захисту секретної чи конфіденційної інформації.

У деяких випадках наслідки розповсюдження інформації з обмеженим доступом можуть виходити за межі юридичної чи цивільної відповідальності та включати шкоду національній або громадській безпеці. Несанкціоноване розголошення конфіденційної інформації може поставити під загрозу поточні операції чи розслідування, поставити під загрозу життя людей або зашкодити дипломатичним або розвідувальним зусиллям.

Щоб запобігти розповсюдженню інформації з обмеженим доступом в умовах війни в Харкові, уряди та організації часто вживають суворих заходів безпеки, включаючи перевірку даних, допуски та контроль доступу. Співробітники або особи, які мають доступ до конфіденційної інформації, можуть бути зобов'язані підписати угоди про нерозголошення, проходити регулярне навчання щодо протоколів безпеки або підлягати моніторингу чи нагляду [15].

У випадках поширення інформації з обмеженим доступом органи влади можуть висунути кримінальні або цивільні звинувачення проти відповідальної особи. Це може включати розслідування та переслідування з боку правоохоронних органів, а також внутрішні розслідування з боку організації чи агентства, відповідального за інформацію. Поширення інформації з обмеженим доступом може мати серйозні правові, цивільні та особисті наслідки. Для людей важливо вживати заходів для захисту конфіденційної інформації та розуміти потенційні ризики та зобов'язання, пов'язані з несанкціонованим розголошенням.

У місті Харкові, як і в більшості інших міст, діє суворий регламент поширення інформації з обмеженим доступом. Сюди входить секретна, чутлива або конфіденційна інформація, наприклад інформація, пов'язана з національною безпекою, правоохоронними органами або особистими даними.

Регіональні засоби масової інформації в Харкові підпадають під дію цих правил і зобов'язані отримати належний дозвіл або дозвіл перед публікацією чи поширенням будь-якої інформації з обмеженим доступом. Це може включати отримання дозволу від відповідних державних установ або правоохоронних органів або дотримання встановлених протоколів для обробки конфіденційної інформації.

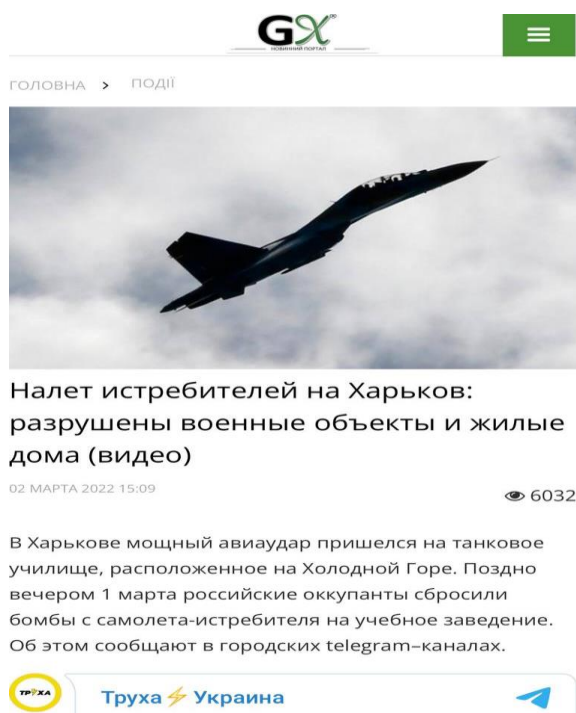
У випадках отримання або поширення конфіденційної інформації без належного дозволу регіональні ЗМІ можуть бути притягнуті до юридичної чи цивільної відповідальності, а також до шкоди їхній репутації та довірі. Як наслідок, багато ЗМІ в Харкові вживають заходів для забезпечення дотримання всіх відповідних правил і протоколів при обробці або поширенні конфіденційної інформації.

Варто зазначити, що поширення інформації з обмеженим доступом може бути делікатною та складною проблемою, особливо під час конфлікту чи кризи. Дотримання балансу між потребою у прозорості та доступі громадськості до інформації та необхідністю захисту національної та

громадської безпеки може бути складним завданням і може потребувати ретельного розгляду юридичних, етичних і практичних міркувань [16].

Загалом регіональні ЗМІ в Харкові підпадають під дію суворих правил поширення інформації з обмеженим доступом і повинні дотримуватися всіх відповідних протоколів і процедур під час роботи з конфіденційною інформацією. Таким чином вони можуть допомогти захистити цілісність своїх звітів і зберегти довіру своєї аудиторії.

Прикладом інформації з обмеженим доступом може бути публікація на порталі «Город X». У новині «Налет истребителей на Харьков: разрушены военные объекты и жилые дома (видео)» від 2 березня 2022 року розміщена конфіденційна інформація, а саме: написано, куди саме потрапив снаряд та хто знаходився всередині будівлі (військові та курсанти). До того ж розміщено фото та відео від Телеграм каналу «Труха», на якому видно місцевість. Саме через такі публікації коригувався вогонь по цивільним об'єктам міста. Така інформація шкодить не тільки суспільству, а й державі в цілому.



The screenshot shows a news article on the 'Город X' website. At the top, there is a logo 'GX' and a green menu icon. Below the logo, the navigation path 'ГОЛОВНА > ПОДІЇ' is visible. The main content area features a video thumbnail of a dark fighter jet flying against a cloudy sky. Below the thumbnail, the article title is 'Налет истребителей на Харьков: разрушены военные объекты и жилые дома (видео)'. Underneath the title, the date and time '02 МАРТА 2022 15:09' and the view count '6032' are displayed. The article text begins with 'В Харькове мощный авиаудар пришелся на танковое училище, расположенное на Холодной Горе. Поздно вечером 1 марта российские оккупанты сбросили бомбы с самолета-истребителя на учебное заведение. Об этом сообщают в городских telegram-каналах.' At the bottom of the article, there is a Telegram channel link for 'Труха ⚡ Украина' with a Telegram logo.

Очевидцы пишут, что в танковое училище российские войска сбросили не менее 9 ракет. В здании были украинские военные и курсанты, количество погибших и пострадавших выясняются.

Ще один матеріал «В Пятихатках снаряд попал в жилой дом, ранен мужчина», опублікований на сайті регіональної телекомпанії АТН, було оприлюднено 24 лютого 2022 року, у перший день повномасштабного вторгнення. Публікація з'явилася в мережі протягом 15 хвилин після влучання. У ній повідомляється про потрапляння снаряду у житловий будинок, зокрема прикріплене фото прильоту. Проблема цього матеріалу у тому, що вказується район (точна адреса), в якому стався приліт і на фотографії присутня ракета, яка може допомогти ворогу зрозуміти, який запуск видався вдалим.



Надзвичайні події Харків

### В Пятихатках снаряд попал в жилой дом, ранен мужчина

🕒 24 Лютого 2022 12:11 👁 1 825 💬 0



В Пятихатках на проспекте Курчатова,21 артснаряд попал в жилой дом.

Варто зазначити, що ці регіональні медіа так і не прибрали інформацію з сайтів. У той час як «Харківські вісті» та МГ «Об'єктив» видалили інформацію з сайту принаймні протягом місяця. На даний момент, станом на

травень 2023 року харківські медіа не розміщують конфіденційну інформацію у своїх публікаціях, яка б могла шкодити населенню, державі, допомагала коригувати вогонь по інфраструктурним об'єктам міста або перешкоджала проведенню контрнаступальних дій на ворога.

## **2.5 Шляхи вдосконалення регіональних ЗМІ Харкова в умовах війни**

Умови воєнного часу можуть становити унікальні виклики для регіональних ЗМІ в Харкові, включаючи питання, пов'язані з безпекою, доступом до інформації та необхідністю точного та своєчасного звітування. Для підвищення ефективності регіональних ЗМІ в цих умовах можна застосувати кілька стратегій [17; 18].

Встановити чіткі протоколи та вказівки для звітності в умовах війни. Це може включати встановлення чіткого ланцюжка команд для прийняття рішень, розробку вказівок щодо перевірки інформації та встановлення протоколів для забезпечення безпеки репортерів і персоналу.

Інвестувати в технології та інфраструктуру для підтримки дистанційного звітування. Це може включати надання журналістам мобільних пристроїв і планів передачі даних, розробку безпечних каналів зв'язку для віддаленого звітування та інвестування в інфраструктуру для підтримки віддаленої роботи.

Розвивати партнерство з іншими ЗМІ та організаціями. Це може включати партнерство з міжнародними ЗМІ для обміну ресурсами та досвідом, розвиток партнерства з місцевими НУО для підтримки репортажів про гуманітарні питання та партнерство з іншими ЗМІ в Харкові для обміну інформацією та ресурсами.

Навчити репортерів і персонал унікальним викликам репортажів під час війни. Це може включати навчання протоколам безпеки, розвиток навичок перевірки інформації та уникнення дезінформації, а також розвиток навичок дистанційного звітування та спілкування.

Взаємодіяти з місцевою громадою, щоб зміцнити довіру та підтримку. Це може включати розробку програм охоплення для взаємодії з місцевими організаціями та громадами, надання можливостей для зворотного зв'язку з громадськістю та внеску, а також розвиток каналів для зв'язку та підтримки під час кризових ситуацій.

Створити спеціалізовані звітні групи, зосереджені на конкретних сферах конфлікту. Розвиваючи команди репортерів зі спеціальним досвідом у конкретних сферах конфлікту, регіональні ЗМІ можуть забезпечувати більш глибокі та точні звіти про складні питання.

Надати пріоритет прозорості та підзвітності у звітності. Забезпечуючи прозорість щодо джерел, методів і обмежень у звітності, регіональні ЗМІ можуть зміцнити довіру своєї аудиторії та продемонструвати прихильність до точності та чесності.

Використовувати соціальні мережі та інші цифрові платформи для поширення інформації. Соціальні медіа та інші цифрові платформи можуть бути цінними інструментами для швидкого й ефективного поширення інформації під час кризових ситуацій. Створюючи потужну онлайн-присутність і залучаючи аудиторію на цих платформах, регіональні ЗМІ можуть охопити ширшу аудиторію та надавати більш актуальну інформацію [19].

Розвивати культуру інновацій та креативності у звітності. Заохочуючи репортерів і співробітників мислити творчо та експериментувати з новими методами й техніками репортажів, регіональні ЗМІ можуть залишатися попереду та надавати більш привабливі та інформативні репортажі.

Відстоювати свободу преси та підтримувати права журналістів. Під час війни журналісти та засоби масової інформації можуть стати об'єктами насильства та залякування. Захищаючи свободу преси та підтримуючи права журналістів, регіональні ЗМІ можуть допомогти забезпечити громадськості доступ до точних і неупереджених матеріалів.

Загалом, підвищення ефективності регіональних ЗМІ в Харкові в умовах воєнного часу потребує багатогранного підходу, який передбачає інвестиції в технології та інфраструктуру, розвиток партнерства та співпраці, навчання та підтримку для журналістів і персоналу, а також зміцнення довіри та взаємодії з місцевими громада [20].

## **РОЗДІЛ 3. КОНТЕНТ МГ «ОБ'ЄКТИВ» ТА КП «ІНФОСІТІ» ДО ТА ПІД ЧАС ВІЙНИ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ**

### **3.1 Особливості медіатекстів МГ «Об'єктив» та «ІнфоСіті»**

Проаналізувавши формати подання інформації на сайті МГ «Об'єктив», можемо зрозуміти, яку різноманітність інформаційних засобів та підходів для ефективного висвітлення подій у Харкові та області має видання. Медіа група «Об'єктив» використовує різноманітні формати, щоб задовольнити різну категорію своїх читачів інформацією та забезпечити більш повне та різноманітне охоплення тем в регіоні.

Найпопулярнішими форматами, які присутні на сайті є новинні замітки, репортажі та аналітичні статті. Вони є головним джерелом, з якого читачі дізнаються більшість актуальної інформації про події у своєму місті. Ці формати забезпечують деталізовану та аналітичну інформацію про різні події, які відбуваються кожного дня. Крім того, блоги та коментарі можуть використовуватися для особистих думок та коментарів від журналістів, експертів та громадськості.

Фото та графіка відіграють важливу роль у привертанні уваги та більш ефективного висвітленні подій. Фотострічка, яка супроводжує новини та репортажі, не лише привертає увагу, а й допомагає читачеві детально зрозуміти подію та заглибитися в суть журналістського матеріалу. Інфографіка, яка присутня у більшості аналітичних матеріалах від журналістів медіа групи, у свою чергу, може бути використана для зрозумілішого подання складних даних та статистики.

Завдяки відеосюжетам та репортажам, зокрема в інтерв'ю, читачам надається можливість показувати події в реальному часі та спілкуватися зі спеціалістами та експертами. Крім того, відеоблоги та мультимедійні проекти, які розміщуються на YouTube-каналі, мають цікавий та інтерактивний контент з ефектом присутності, подібно до того, коли сам споживач медіаконтенту побував на конкретній події.

Такий різноманітний підхід дозволяє задовольнити різні потреби та вподобання аудиторії, а також забезпечує більш повне та цікаве охоплення подій у Харкові та області. Формати текстового аналізу, візуального матеріалу та відеоконтенту спільно створюють комплексне та виразне представлення інформації, що відповідає сучасним вимогам медіа та вподобанням аудиторії.

Додатково до вказаних форматів, МГ «Об'єктив» використовує інтерактивні елементи, які переносяться в соціальні мережі, це забезпечує повну взаємодію з аудиторією, а також надає можливість журналістам відслідковувати вподобання інтернет-користувачів. Ці інструменти дозволяють читачам брати активну участь у сприйнятті інформації та взаємодіяти з контентом. Наприклад, опитування можуть допомогти залучити читачів до дискусії на тему подій та отримати їхню думку. Анімації та інтерактивні графіки доповнюють інформацію та роблять її більш доступною та зрозумілою, особливо для молоді аудиторії.

Також в МГ «Об'єктив» можуть використовуватися спеціальні рубрики або секції, спрямовані на підтримку громадських ініціатив, культурних подій та розвиток міського середовища. Це може включати розповіді про успішні проекти громадських організацій, анонси культурних заходів та спеціальні матеріали про визначних особистостей міста. Такий підхід дозволяє онлайн-порталу новин бути не лише джерелом інформації, але й активним учасником місцевого громадського життя та сприяти розвитку культурної та соціальної сфер міста.

Після проведеного аналізу матеріалів «Інфосіті» за вказаними періодами можна зробити висновок, що даний новинний портал суттєво відрізняється особливостями форматів та підходів щодо подання інформації.

Текстовий формат відіграє важливу роль у «Інфосіті», де значною мірою переважають новини суто пов'язується з містом Харковом. Ці матеріали забезпечують читачів актуальною інформацією про події в місті та значною мірою приділяють увагу кожному району окремо.

У сфері візуального представлення подій «Інфосіті» використовує найчастіше репортажні знімки та відео, які змальовують життя міста, роботу комунальних служб, харків'ян тощо. Фотографії репортажного характеру під кожними новинами та окремо репортажні сюжети допомагають передати візуальний контекст подій.

У відеоформаті «Інфосіті» надає можливість зрозуміти містянам, як живе місто та як воно розвивається. Зазначимо, що на порталі муніципального ЗМІ «Інфосіті» також можуть розміщуватися думки містян. Це короткі відеосюжети з опитуваннями мешканців міста, які у свою чергу розповідають про своє життя у місті та свої досягнення. Журналісти намагаються розбавити буденні події та надати можливість людям висловити свою думку щодо життя у місті або правлінні міського голови Ігоря Терехова.

Такий різноманітний підхід до форматів та до подання інформації дозволяє «Інфосіті» задовольняти різні потреби та вподобання своєї аудиторії та приділяти більше уваги Харкову, що, у свою чергу, формує позитивний імідж як місту, так і очільнику міста.

### **3.2 Тематика МГ «Об'єктив» до та під час війни**

Повномасштабне вторгнення вплинуло значною мірою на регіональні ЗМІ, це можна добре побачити на медіатекстах, які публікуються на сайті.

До початку війни видання відзначалося різноманітністю тем, що включали політику, економіку, культуру, спорт, надзвичайні події та інші аспекти життя. Такі теми обираються на основі їхньої актуальності для аудиторії. Крім того, зазначимо, що була присутня більша кількість й розважального контенту, який не пов'язувався з серйозними подіями, наприклад репортажі з парку, культурних заходів тощо. Політичні новини також важливі, але їх обсяг може коливатися в залежності від політичної ситуації.

У період війни спостерігається зміна акцентів у висвітленні подій. Військові дії стають основною тематикою новин, а безпека та гуманітарні

аспекти війни набувають великого значення. У цей час ЗМІ звертають більше уваги на гуманітарні аспекти, такі як евакуація, медична та гуманітарна допомога. Збільшується кількість аналітичних матеріалів та коментарів експертів, оскільки громадськість шукає глибше розуміння того, що відбувається навкруги. Розважальний контент може зменшитися на користь новин та інформації, яка відображає реальність конфлікту.

У сучасному інформаційному просторі кожна медіа-структура прагне не лише швидко інформувати свою аудиторію про актуальні події, але й надавати контекст, розмежовуючи новини за конкретними тематичними рубриками. Це допомагає читачам швидше орієнтуватися в потоці інформації та визначати для себе найбільш цікаві та релевантні теми.

Медіа група «Об'єктив» протягом року активно висвітлювала низку подій в Україні, зокрема у Харкові. У період з жовтня 2022 року до жовтня 2023 року було виділено декілька ключових рубрик, до яких відносились новини. Найгарячішими рубриками стали: Військова ситуація на Харківщині, гуманітарні питання області, репортажі зі зруйнованих ворогом районів міста, зокрема наслідки постійних ракетних влучань. У 2024 році ці теми продовжують бути актуальними, адже війн триває і мешканці міста повинні бути в курсі всіх свіжих подій.

### **3.3 Тематика «ІнфоСіті» до та під час війни**

Комунальні медіа Харкова також змінили формати подання з початком повномасштабної війни. На порталі КП «Інфосіті» зазнали значних змін новини та репортажі. До війни спостерігалася широка тематична різноманітність, на сайті переважали звіти зі спортивних подій, культурні заходи, досягнення відомих людей Харкова, досягнення мера та його активні заходи, на яких він звітував про активний розвиток міста та всіх галузей життєзабезпечення міста. Зокрема приділялося багато уваги економічним оглядам та іншим темам, наприклад, звіти про роботу комунальних служб або інших важливих державних установ. Такі теми цілком відповідали

інтересам широкого кола аудиторії. Також було помітно більше розважального контенту, який включав в себе різноманітний лайфстайл та розважальні/добрі новини, наприклад про життя тварин в зоопарках, екопарках та піклування про безхатніх чотирилапих у притулках Харкова.

Однак початок війни привів до зміни акцентів та тематики. Значна увага стала приділятися військовим подіям, безпеці у місті, відбудові зруйнованих будинків у різних районах та гуманітарним аспектам, які важливі під час війни. Матеріали стали більш стислими, з'явилося більше фото та відеоелементів, стало більше звітності про діяльність мерії, більше почали писати про комунальників, розкриваючи всю важливість їхньої складної та небезпечної у наш час роботи. Окрема увага стала приділятися діяльності місцевих політичних діячів, зокрема мера Ігоря Терехова, який постійно фігурує у зв'язку з важливими рішеннями та подіями в місті. Збільшилася кількість матеріалів, присвячених громадській діяльності та аналізу політичних процесів у місті.

Такі зміни у змісті новин відображають вплив воєнного конфлікту на інформаційне поле та стратегії новинних ресурсів, підсилюючи актуальність та серйозність тем, пов'язаних зі сферою безпеки та політики.

Порівняльний аналіз МГ «Об'єктив» та «Інфосіті» дозволяє виявити як схожості, так і відмінності у їхніх підходах до подання інформації та вибору тематики.

Схожості:

1. Інформаційні формати: Обидва ЗМІ використовують різноманітні формати: текстові статті, новинні замітки, фотографії, відеорепортажі, блоги та коментарі тощо. Це дозволяє задовольнити різні потреби аудиторії та забезпечити більш повне охоплення подій.

2. Аналітичний підхід: Обидва ЗМІ включають коментарі експертів для глибшого розуміння подій на місцевому рівні та їхніх наслідків.

3. Відображення політичної сфери: Обидва ЗМІ висвітлюють політичні події та аналізують політичні процеси у місті та регіоні.

Відмінності:

1. Тематика: Середній обсяг матеріалів із спорту, культури та розваг на «Інфосіті» може бути більшим порівняно з МГ «Об'єктив», де більший акцент може бути зроблений на політичній та економічній тематиці не тільки в місті, області, а й загалом в Україні, якщо йдеться про гучні події або заяви політиків.

2. Акценти в період війни: У період війни МГ «Об'єктив» може надавати більше уваги військовим подіям та безпеці в місті та області, тоді як «Інфосіті» може акцентувати на гуманітарних та соціальних аспектах, зокрема звертати увагу на діяльність місцевих політичних діячів.

3. КП «Інфосіті» може фокусуватися на громадській діяльності та ініціативах, більше взаємодіяти з містянами, дізнаючись їх думки, у той час як МГ «Об'єктив» може акцентувати увагу на діяльності офіційних установ та представників влади поза межами міста – в області.

Підводячи підсумки, можемо сказати, що обидва ЗМІ мають свої сильні сторони та особливості, які відображають їхній внутрішній підхід до новинного процесу та спрямованість на конкретну аудиторію. Комунальним ЗМІ притаманне висвітлення на місцевому рівні, адже вони підпорядковуються міському керівництву і повинні звітувати про їх роботу, регіональні ж ЗМІ мають на меті забезпечити оперативною інформацією широке коло читачів, при цьому роблячи баланс у написанні матеріалів.

### **3.4 Змістове наповнення МГ «Об'єктив» та «ІнфоСіті» до та під час війни**

У результаті проведеного контент-аналізу матеріалів КП «Інфосіті» з'ясували, що медіа приділяє значну увагу меру міста Ігорю Терехову, зосереджуючи увагу на його публічних заходах, привітаннях та зустрічах з містянами. Ця увага до діяльності мера виявилася помітною у більшості опублікованих матеріалів, де його ім'я часто згадується у контексті міських подій та ініціатив. У звітному періоді, що охоплює довоєнний період,

серпень-вересень 2021 року, ім'я мера І. Терехова згадувалося набагато частіше, ніж за період воєнних подій.

Зазначимо, що у 90% з розглянутих матеріалів було згадано саме місто Харків, що свідчить про акцент на місцевій проблематиці та подіях. Також відзначається широке використання термінів «харків'яни» (у 70% матеріалів), що підкреслює залучення до діалогу широкого кола місцевого населення. Зокрема, у 60% матеріалів було згадано слова «привітання» та «зустріч», що свідчить про активність мера у спілкуванні з громадськістю, а також про підтримку та взаємодію з місцевими жителями.

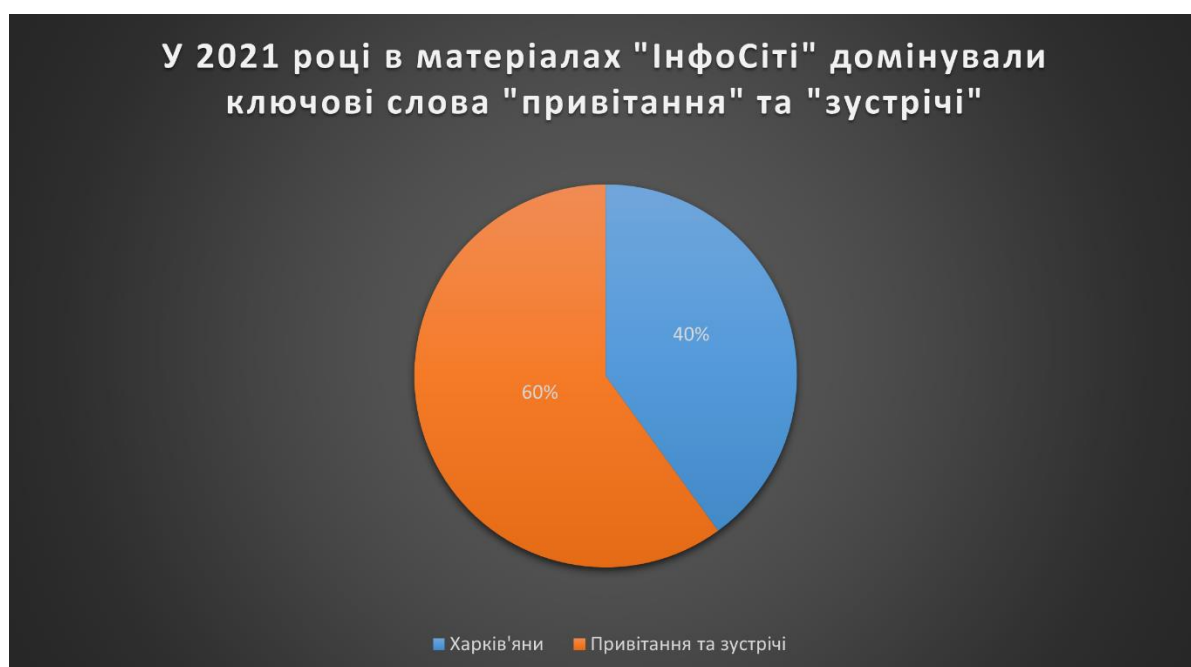


Рис. 1 – Взаємодія міського голови з містянами

Позитивне ставлення до діяльності мера Ігоря Терехова також відображається в тому, що в більшості матеріалів на сайті титульні сторінки починаються з його фотографії та згадування, відображають його видатну роль у міському керівництві.

Загалом, цей контент-аналіз підтверджує, що харківське комунальне медіа відіграє важливу роль у висвітленні діяльності мера Ігоря Терехова та виявляє велику увагу до місцевих подій та ініціатив. Ім'я мера

відображається у широкому спектрі публікацій, що свідчить про його важливу роль у житті міста та його активну взаємодію з громадськістю.

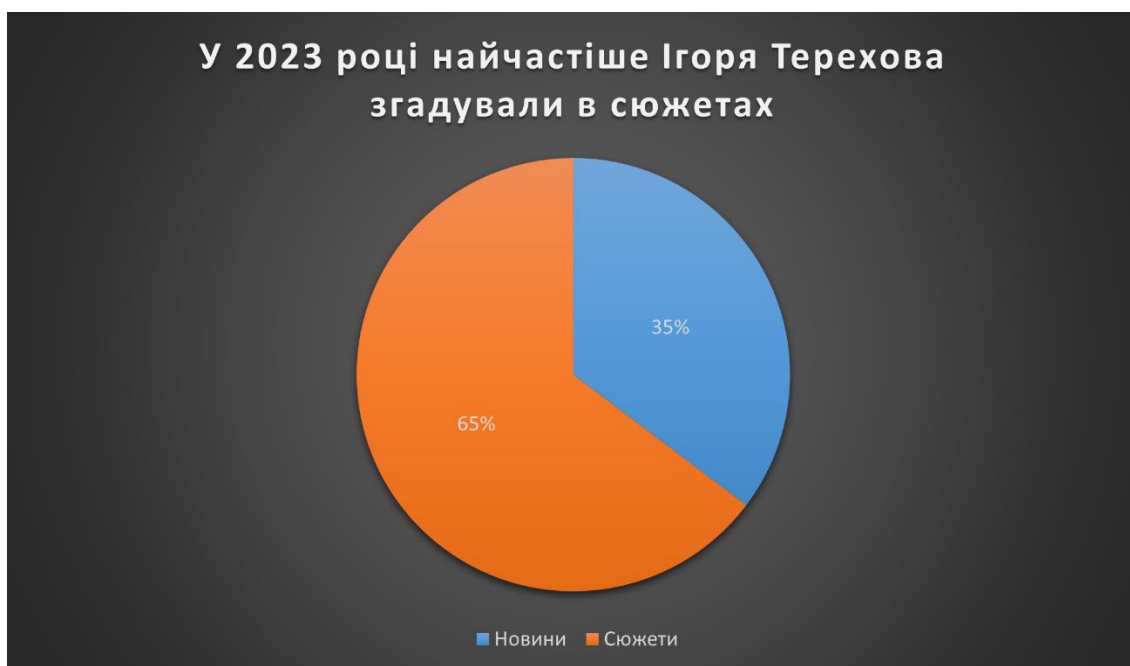


Рис. 2 – згадування Ігоря Терехова в матеріалах

Якщо брати до уваги дані з проведеного контент-аналізу за серпень та вересень 2023 року, саме під час повномасштабної війни, то ми виявили велику кількість публікацій, які були присвячені подіям місту, а також зосереджувалися на висвітленні діяльності мера. Згідно з даними, у серпні в новинах Ігор Терехов був згаданий 12 раз, а в сюжетах ця цифра виросла майже в два рази і досягнула відмітки в 22 згадування. Тематика повідомлень, у яких фігурував мер міста, тісно пов'язана з його діяльністю, а саме: публічні виступи та привітання видатних харків'ян з днем народження або професійним святом працівників різних профільних служб.



Рис. 3 – Загальна кількість ключових слів, що стосувалися Ігоря Терехова

На тлі активної діяльності мера Ігоря Терехова протягом вересня вдалося відслідкувати, що «Інфосіті» продовжили активно висвітлювати діяльність міського голови. Загальна статистика щодо згадок про мера і кількості інформаційних повідомлень стала такою: 31 новина і 26 сюжетів за вересень.

Під час аналізу матеріалів видання «Об'єктив» за серпень-вересень 2021 року було виявлено стабільно високий рівень уваги до діяльності міського голови Ігоря Терехова. Усі опубліковані матеріали містили згадки про його ім'я, а також використання тегу «міський голова», що підтверджує активний і постійний інтерес до міського керівництва.

Щодо використання термінів, було відзначено, що слово «Харків» було використано в 95% матеріалів, що свідчить про велику увагу до місцевої проблематики. Також термін «Харківщина» зустрічався у 80% матеріалів, вказуючи на широке охоплення регіональних аспектів. Термін «харків'яни» використовувався у 70% матеріалів, що вказує на залучення місцевого населення до дискусій та подій у місті в мирний час.

У порівнянні з іншими періодами, зауважимо, що хоча у довоєнний період було більше звернень до мешканців у формі привітань та зустрічей (60%), кількість матеріалів про самого мера Ігоря Терехова була меншою,

ніж у той самий період на новинному порталі «ІнфоСіті». Це може свідчити про те, що у цей період звернення до мешканців та комунікація з ними, наприклад, через карантинні обмеження, були більш актуальні, ніж інші аспекти діяльності мера, які можуть бути менш пріоритетними в умовах кризи. Таким чином, більш акцентована увага на взаємодії з мешканцями у формі привітань та зустрічей може бути відображенням зміни пріоритетів у владних структурах під час певних періодів.

Під час аналізу матеріалів видання «Об'єктив» за серпень-вересень 2023 року було виявлено, що всі матеріали містили згадки про ім'я мера Харкова, Ігоря Терехова, а також використовували термін «мер Харкова», що свідчить про постійний фокус на міському керівництві. Водночас, відзначається те, що слово «війна» згадувалося у 20% матеріалів, проте майже всі вони були присвячені цій тематиці, що свідчить про значний вплив конфлікту на інформаційну сферу. У даному випадку можна відзначити, що активність мера міста була пов'язана з постійними зведеннями про поточну обстановку місті, особливо після регулярних обстрілів міста з боку окупантів.



Рис. 4 – зміни в тематиці МГ «Об'єктив»

Також виявлено, що в порівнянні з попередніми періодами, у даному випуску менше уваги було приділено словам «привітання» та «зустріч» – їх використання складало лише близько 15% матеріалів. Це може бути пов'язано з тим, що у період війни жителі більше зосереджені на воєнних подіях та звітах і менше часу приділяють соціальним заходам.

Щодо використання термінів, було відзначено, що слово «Харків» було використано у 80% матеріалів, що є значною кількістю і вказує на акцент на місцевій проблематиці. Термін «Харківщина» був використаний у 70% матеріалів, що також вказує на широкий охоплення регіональних питань, які безпосередньо стосуються області. Згадка теги «харків'яни» – зустрічався у 65% матеріалів, що також свідчить про активну участь місцевого населення у суспільних процесах.

У висновку можемо сказати, що період війни відобразився на настроях та тематиці матеріалів у виданні «Об'єктив». Згадки про мера Ігоря Терехова хоч і присутні у всіх матеріалах, здебільшого поступаються місцем іншим актуальним подіям, особливо пов'язаним зі сферою військових подій. Також варто відзначити, що матеріали у цьому періоді мають більш емоційний тон та висвітлюють складні аспекти воєнного конфлікту.

### **Висновок до Розділу 3**

Після проведення контент-аналізу матеріалів двох видань, «Інфосіті» та «Об'єктив», за два різних періоди (серпень-вересень 2021 року, серпень-вересень 2023 року), можна зробити кілька висновків щодо уваги, наданої меру Харкова, Ігорю Терехову, та акцентів у медіапросторі.

Ці два періоди виявилися важливими для місцевих ЗМІ, адже у всіх матеріалах обох видань було згадано ім'я міського голови, Ігоря Терехова, причому в один з періодів його ім'я було присутнє у всіх матеріалах («Об'єктив», серпень-вересень 2023). Також у всіх випадках використовувалося ключову слово «мер Харкова», що підкреслює постійну увагу до міського керівництва.

Щодо тематичного спрямування, зауважено зміну акцентів. У довоєнний період (серпень-вересень 2021 року) у матеріалах обох видань було більше уваги приділено соціальним подіям, таким як привітання та зустрічі, що може бути пов'язано зі спробами влади підтримати позитивний настрій у місті, наприклад коли ще діяли якісь заходи щодо ліквідацію Коронавірусу. Однак, у період війни та кризових подій (серпень-вересень 2023 року та період війни), спостерігалось збільшення кількості матеріалів, що стосуються саме війни та її наслідків.

Також важливо відзначити, що в період війни у матеріалах «Об'єктиву» зменшилася кількість згадок про міського голову, Ігоря Терехова, що може свідчити про зміну пріоритетів в інформаційному просторі на користь воєнного конфлікту та його наслідків. У той же час, у матеріалах «Інфосіті» у цей період мер все ще продовжує зберігати високий рівень уваги, що може бути пов'язано з характером власності даного видання.

Отже, загальний аналіз показує, що медійна увага до діяльності мера Харкова відображається у матеріалах обох видань, проте акценти можуть змінюватися в залежності від актуальних подій та тематичного спрямування.

## ВИСНОВКИ

У нашому дослідженні ми розглянули визначення та особливості регіональних медіа, зокрема встановили, що це ЗМІ, з яких населення оперативно дізнається про останні новини, події, а також знаходить необхідну суспільно-значущу інформацію про своє місто. Головна риса регіональних медіа, яка відрізняє їх від загальнонаціональних, полягає у тому, що вони фокусуються на висвітлення події на місцевому рівні, наприклад, окремому місті, області, районі чи селищі.

До війни харківські регіональні ЗМІ були зосереджені насамперед на висвітленні місцевих новин і подій, зокрема політики, економіки та культури. Однак із початком ескалації конфлікту тематична орієнтація регіональних ЗМІ змістилась у бік висвітлення конфлікту та його впливу на місцеву громаду. Регіональні ЗМІ почали зосереджуватися на висвітленні військових дій, гуманітарних питань, соціально-економічних наслідків конфлікту для місцевого населення, визначено, які взагалі існують медіа у регіоні та які набувають популярності останнім часом. Одними з популярних регіональних медіа у Харкові, які оперативно надають інформацію є: сайт міста 057.ua, медіа групи Об'єктив та Накипіло, Харківські вісті, Status QUO та інші.

Регіональні ЗМІ Харкова відрізняються динамічністю та різноманіттям. Це прослідковується в оперативному поданні інформації, у різноманітності висвітлюваних тем певного регіону, використанні різних платформ для надання інформації, на кшталт сторінок у соціальних мережах Facebook, Instagram, Twitter та Telegram, завдяки яким можна краще взаємодіяти з аудиторією, а також у різноманітному підході журналістів до своєї роботи, які акцентують увагу на об'єктивності та точності контенту. Варто до цього додати, що не менш важливим аспектом різноманітності є те, що саме регіональні медіа приділяють увагу темам, які не дуже розголошуються в загальнонаціональних ЗМІ. До прикладу вони можуть зосереджуватися на проблемах малозабезпечених верств населення, розвитку маленьких міст і

сіл, відбудові районів після обстрілів російських окупантів та на інших регіональних справах, які мають велике значення для місцевих жителів.

Нами досліджено, як медіа подають основні новини, яким темам було найбільше приділено уваги та дізналися про специфіку роботи редакцій. Було помічено, що працівниками ЗМІ використовуються різні формати та платформи з метою охоплення більшої аудиторії.

Окрім того, ми акцентували на діяльності харківських ЗМІ від початку повномасштабного вторгнення. Під час війни регіональні ЗМІ зіткнулися зі значними труднощами, зокрема проблемами безпеки, обмеженим доступом до інформації та потребою в точних і своєчасних звітах. Однак, незважаючи на ці проблеми, регіональні ЗМІ залишаються відданими своїй аудиторії та надають точні та надійні звіти про події.

Від початку війни харківські ЗМІ звертають більше уваги на військові теми, адже вони активно стежать за ситуацією на фронті та за розвитком бойових дій. Зокрема, відстежують гуманітарну ситуацію, потоки переселенців, доступ до закладів медичної допомоги і рятувальних служб, постачання харчування та води, евакуацію цивільного населення. Також намагаються надати інформацію та поради цивільному населенню щодо безпеки та місць схову під час ракетних обстрілів тощо.

Нами було взято до уваги тему поширення інформації з обмеженим доступом. Ми навели декілька яскравих прикладів із харківських засобів масової інформації, які часто порушували правила розповсюдження інформації. У ході моніторингу з'ясували, що декілька новинних сайтів Харкова (Город X та АТН) на початку повномасштабної війни не дотримувалися правил розміщення конфіденційної інформації і публікували дописи, у яких була присутня інформація, яка шкодила не тільки містянам, державі, а й зокрема військовим у виконанні своєї роботи.

Нами розглянуто шляхи вдосконалення регіональних ЗМІ, зокрема харківських. Було виокремлено можливі варіанти дій для покращення їхньої роботи під час війни. По-перше, регіональні ЗМІ могли б продовжувати

зосереджуватися на висвітленні конфлікту та його впливу на місцеву громаду, а також досліджувати нові сфери висвітлення, такі як екологічні проблеми чи регіональний розвиток. По-друге, регіональні ЗМІ могли б інвестувати в нові технології та платформи для підтримки ефективніших репортажів та взаємодії зі своєю аудиторією. Нарешті, регіональні ЗМІ могли б працювати над розбудовою міцнішого партнерства з іншими ЗМІ, НУО та місцевими організаціями для обміну ресурсами та досвідом.

Загалом, роль регіональних ЗМІ в Харкові є вирішальною у забезпеченні точного та достовірного висвітлення подій, їх впливу на місцеву громаду. Незважаючи на труднощі, пов'язані з репортажами під час конфлікту, регіональні медіа в Харкові продемонстрували свою відданість надавати цінну інформацію своїй аудиторії. Відповідно, є значний потенціал для подальшого розвитку та зростання в майбутньому.

У практичній частині ми дослідили, як змінилося тематичне наповнення двох медіа під час війни: МГ «Об'єктив» та КП «ІнфоСіті». У МГ «Об'єктив» найбільших змін зазнали новини та репортажі. Якщо до війни це були переважно нейтральні/мирні теми про події в місті, наприклад, про виставки, ДТП, заходи, політику, економіку спорт тощо, то під час війни це вже події з фронту, життя в прифронтову місті, наслідки ракетних обстрілів міста та області, відбудова і т.д.

Змін зазнали й формати подання інформації на порталах протягом двох періодів, до війни(2021 рік) й під час війни(2023 рік), включно сьогодні. Через складну ситуацію в місті МГ «Об'єктив» переформатувалися більше в онлайн-видання, адже військові події негативно вплинули на роботу медіа. Усе, що транслювалося на телебаченні (новини, репортажі, огляди), перемістилися в YouTube та інші соціальні мережі, а формат новин став переважно в онлайн-форматі і розміщується на сайті. Зазначимо, що кожна новина супроводжується візуальними фрагментами (фото, відео), а також інтерактивними елементами, які ведуть в соціальні мережі, де кожен читач може висловити свою думку стосовно цієї чи іншої події.

Аналогічних змін зазнало й «ІнфоСіті». До війни акцент робився завжди на розвитку міста, на житті харків'ян та їхніх досягненнях у різних сферах, зокрема багато висвітлювалося комунальних тем, які стосувалися розвитку державних установ, їх прозорість та зручність їх використання містянами. Такі цілком задовольняли потреби читачів. Але війна все змінила, змінила акценти, так з'явилися воєнні теми, найбільше стало тем про комунальні служби, про життя в місті під обстрілами та наслідки руйнацій.

Для більш зрозумілої динаміки ми провели контент-аналіз, у ході якого було виявлено, яким темам приділялося більше уваги до та під час війни. Для аналізу було обрано два медіа МГ «Об'єктив» та КП «ІнфоСіті» та два періоди – 2021 (довоєнний період) та 2023 (період війни), аби зрозуміти різницю у висвітленні. Контент-аналіз показав, що комунальний ЗМІ «ІнфоСіті» що до, що під час війни продовжив акцентувати увагу на діяльності мера міста Ігоря Терехова. Крім висвітлення загальних тем, що стосуються життя міста, видно, що Ігор Терехов є ключовою персоною, про яку опубліковано велику кількість матеріалів, які стосуються різних галузей. Це свідчить про те, що саме висвітлення діяльності Ігоря Терехова було в пріоритеті.

Так, у більшості матеріалів на порталі згадується Харків, це свідчить про актуальну місцеву тематику, також згадуються ключові слова «харків'яни», що вказує на активну взаємодію мера з населенням, і це було висвітлено в ЗМІ задля формування іміджу як міста, так і самого мера. Зокрема, інша частина матеріалів мала акцент на привітаннях та зустрічах міського голови, це натякає на взаємодію з містянами.

Загалом, контент-аналіз підтвердив, що «ІнфоСіті», окрім місцевих новин, активно намагалися показати Ігоря Терехова, це в котрий раз підтвердило, що саме ЗМІ комунальної форми власності підпорядковується міському самоврядуванню. Адже ім'я міського голови фігурує в широкому колі публікацій, що свідчить про його важливу роль у житті міста та його активну взаємодію з харків'янами.

Цікава динаміка спостерігалася в довоєнні роки й на порталі МГ «Об'єктив». Саме у довоєнний період через брак тем, які можна було розкрити, журналісти вдавалися до висвітлення діяльності мера з метою показати його роботу та звітувати про правління. Активно показувалися всі заходи, на яких був присутній мер міста та взаємодія з харків'янами, аби вирішити певні питання, які стосувалися життєзабезпечення в місті.

Під час повномасштабної війни розголос про діяльність мера трохи знизився, зокрема прибрався теми привітань та неформальних зустрічей, натомість додалися теми, пов'язані з війною. Це свідчить про те, що мешканці стали більше цікавитися військовими подіями та ситуацією в місті та області.

Підкреслюємо, що в період війни у матеріалах «Об'єктиву» зменшилася кількість згадок про міського голову Ігоря Терехова, а ось щодо «Інфосіті», то в їхніх матеріалах у воєнний період мер все ще продовжує зберігати високий рівень уваги. Це у котрий раз підкреслює форму та специфіку видання, а також демонструє різницю між двома різними засобами масової інформації.

Завдяки глибокому аналізу двох медіа МГ «Об'єктив» та КП «ІнфоСіті» з'ясували, що саме комунальні медіа найбільше приділяють увагу меру міста Харкова. Мета комунальних медіа показати різнобічну діяльність мера, тобто продемонструвати, що міське самоврядування працює, усі поставлені завдання виконуються, мер комунікує з населенням, є зворотній зв'язок.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Виговська Н. А. Мультимедійність та конвергентність як фактори трансформації регіональних медіа. 2015. URL: [http://virtuni.education.zp.ua/info\\_cpu/sites/default/files/aref\\_Vugovska.pdf](http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/sites/default/files/aref_Vugovska.pdf)
2. Media Development Foundation. Стан регіональних медіа в Україні: Воєнне видання. 2022. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/#enter>
3. Детектор медіа. Дослідження Internews: Споживання регіональних новин значно зросло під час війни. 2022. URL: <https://detector.media/infospace/article/205435/2022-11-29-doslidzhennya-internews-spozhyvannya-regionalnykh-novyn-znachno-zroslo-pid-chas-viyny/>
4. Internews USAID. 2022. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf?fbclid=IwAR3HW8VIA0k-9KvpxWnNG50MDFx7vVbqnX-xnTkwtseT7WzsxeHr4j67Gbs>
5. Терещенко І. Проблеми розвитку регіональних ЗМІ-важливого джерела реформування інформаційної бази суспільства. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*. 2010. Вип. 26. С. 110–117.
6. Терещенко І. Регіональні ЗМІ: проблеми та перспективи. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*. 2010. Вип. 27. С. 174–180.
7. Федорина А., Єременко С. Регіональна журналістика: пошук нового обличчя чи втрата будь-якого? *Аналітичний звіт моніторингу регіональних ЗМІ за червень 2018 року Інституту демократії імені Пилипа Орлика*. URL: <https://detector.media/monitoring/article/140101/2018-08-13-regionalna-zhurnalistyka-poshuk-novogo-oblychchya-chy-vtrata-bud-yakogo/>

8. Шальман Т. М. Місце та роль регіональних ЗМІ в сучасному медіапросторі. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2011. Т. 45, жовт. – груд. С. 167–171.
9. Чверть новин у регіональних ЗМІ генеруються із пресслужб. 2020. URL: <https://hromadske.volyn.ua/chvert-novyn-u-rehional-nykh-zmi-heneruiut-sia-iz-pressluzhb/>
10. Русиняк А. І. Регіональні ЗМІ у процесі демократичних перетворень в Україні: специфіка та проблемний вимір. 2020. URL: [http://politicus.od.ua/6\\_2020/11.pdf](http://politicus.od.ua/6_2020/11.pdf)
11. Baranetska A., Kramarenko I. Інструменти просування інтернет-змі (регіональні практики). *State and regions. series: social communications*. 2022. № 4(48). С. 83. URL: [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.4\(48\).11](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.4(48).11)
12. Харківський кризовий інфоцентр. Накипіло. URL: <https://nakipelo.ua/pro-nas>
13. Цьомик Г. Понад 50% регіональних газет припинили існування: яка ситуація зі ЗМІ на Харківщині. 2023. URL: <https://suspilne.media/365080-ponad-50-regionalnih-gazet-pripinili-isnuvanna-aka-situacia-zi-zmi-na-harkivsini/>
14. Відповідальність за незаконне використання та поширення інформації з обмеженим доступом. 2020. URL: <https://consumer-cv.gov.ua/blog/2020/12/15/vidpovidalnist-za-nezakonne-vykorystannya-ta-poshyrennya-informatsiyi-z-obmezhenym-dostupom/>
15. Ковалевський В. Сучасний стан і тенденції розвитку медіасфери України. 2009. URL: [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/kovalevskyi\\_suchasnyi.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/kovalevskyi_suchasnyi.pdf)
16. Сліди, залишені війною. *Харківський прес-клуб*. 2023. URL: <https://pressclub.com.ua/events/350-slidi-zalisheni-vijnoyu>
17. 25% джерел у новинах регіональних онлайн-ЗМІ – повідомлення пресслужб: дослідження ІМІ. *Інститут масової інформації*. 2020.

- URL: <https://imi.org.ua/monitorings/25-dzherel-v-novynah-regionalnyh-onlajn-zmi-povidomlennya-pressluzhb-doslidzhennya-imi-i31577>
18. Як регіональні медіа пишуть про війну. *Дослідження*. 2016. URL: <https://rozhyshche.rayon.in.ua/news/7122-iaak-regionalni-media-pishut-pro-viinu>
  19. Адамович Н. Регіональні медіа: місія – вижити після війни. *Zmina*. 2022. URL: <https://zmina.info/articles/media-donbasu-misiya-vyzhyty-pislya-vijny/>
  20. Українські медіа і війна: підготовка, досвід і висновки. 2022. URL: <https://www.nrada.gov.ua/ukrayinski-media-vijna-pidgotovka-dosvid-vysnovky/>
  21. Як змінилась українська журналістика за рік війни. 2023. URL: <https://www.ukr.net/news/details/society/96084952.html>
  22. Ковалевський В. Сучасний стан і тенденції розвитку медіа-сфери України. 2009 рік. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/71083/12-Kovalevskyi.pdf?sequence=1>
  23. Маринич Р. Сучасний стан і перспективи розвитку регіональної преси в Україні. URL: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/45-p-yatnadtsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/274-suchasnij-stan-i-perspektivi-rozvitku-regionalnoji-presi-v-ukrajini>
  24. Стан регіональних медіа в Україні: Воєнне видання. *Аналітичний звіт Mediadevelopment*. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/>
  25. Стеблина Н. Джинса, передруки та віддалена робота через війну. З яких причин українські регіональні ЗМІ порушували стандарти. 2022. URL: <https://detector.media/regionalna-presaoonlain/article/202307/2022-08-29-dzhynsa-peredruky-ta-viddalena-robot-a-cher-z-viynu-z-yakykh-prychyn-ukrainski-regionalni-zmi-porushuvaly-standarty/>

26. Під час війни в Україні зросла популярність регіональних медіа – опитування. *Zmina*. 2022. URL: <https://zmina.info/news/pid-chas-viyny-v-ukrayini-zrosla-populyarnist%ca%b9-rehional%ca%b9nykh-media-opytuvannya/>
27. Як регіональним медіа виживати під час війни: моделі успішного залучення коштів в умовах воєнного стану. 2023. URL: <https://trkmart.tv/yak-rehionalnym-media-vyzhyvaty-pid-chas-viyny-modeli-uspishnoho-zaluchennya-koshtiv-v-umovakh-voennoho-stanu/>
28. Після 24 лютого: яким був 2022 рік для регіональних медіа. *IMI*. 2023. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pislya-24-lyutogo-yakym-buv-2022-rik-dlya-regionalnyh-media-i50014>
29. Матвієнків С. М. Регіональні медіа: дефініція поняття та особливості функціонування в умовах російсько-української війни 2022 року. URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/237/6342/13378-1>
30. Дослідження медіаситуації в південних і східних областях України. Київ, 2016. URL: [https://www.gurt.org.ua/uploads/news/files/2016-5/MEDSit\\_ua.pdf](https://www.gurt.org.ua/uploads/news/files/2016-5/MEDSit_ua.pdf)
31. Українські регіональні медіа під час війни: кримінал та «соціалка» повертають свої позиції. Дослідження Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/200634/2022-07-01-ukrainski-regionalni-media-pid-chas-viyny-kryminal-ta-sotsialka-povertayut-svoi-pozytsii/>
32. Як змінилися медіа у воєнному Харкові. *Накипіло*. Аналіз від Накипіло URL: <https://nakipelo.ua/ru/yak-zminilisy-media-u-voiennomu-harkovi>
33. ЗМІ і війна: особливості поширення інформації та фото під час воєнного стану. *Платформа прав людини*. URL: <https://www.ppl.org.ua/zmi-i-vijna-osoblivosti-poshirennya-informacii-ta-foto-pid-chas-voennogo-stanu.html>
34. Змій Л. М. Сучасна медіакультура регіону: проблеми становлення. Харків, 2010. С. 101, 102.

35. Чорна І. Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі жмеринської преси. 2018. С. 109.
36. Коверга К. Особливості висвітлення проблем переселенців в регіональних ЗМІ. *Регіональні ЗМІ України: історія, сучасний стан та перспективи розвитку* / м. Старобільськ, 2017. С. 243–246. URL: <http://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1776/RegionalniZMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
37. Media research of Ukraine «Media in Ukraine (UA)». *Razom – Together we are Ukraine*. URL: <https://www.razomforukraine.org/ua/projectsua/u-s-policy-on-ukraine-challenges-and-opportunities-ua/media-in-ukraine-ua/>.
38. Найдьонова Л. А., Баришпольц О. Т. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід. Навчально-методичний посібник. 2009. URL: <http://balo.pdf>
39. Комунальні засоби масової інформації. *Wikipedia*. 2015. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki>
40. Ковалевський В. Сучасний стан і тенденції розвитку медіасфери України. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/71083/12-Kovalevskiyi.pdf?sequence=1>
41. Закон України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста». Дата ухвалення: 16.03.2014. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/Z970540?an=138>.
42. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення Незабаром. «Розпочнеться реформа комунальних телерадіокомпаній. URL: <https://webportal.nrada.gov.ua/nezabarom-rozpochnetsya-reforma-komunalnyh-teleradiokompanij/>.
43. Рада Європи. Від комунальних до незалежних медіа: покрокова інструкція для редакторів. URL: <https://prometheus.org.ua/course/course>
44. Електронний портал VUE. Масмедії в Україні. URL: [https://vue.gov.ua/Масмедії\\_в\\_Україні](https://vue.gov.ua/Масмедії_в_Україні)

45. Білан І. Н. Суспільно-політичний аспект соціальних медіа – 2016 рік.  
URL: [The-social-and-political-aspect-of-social-media-N.I.-Bilan.pdf](http://seanewdim.com/The-social-and-political-aspect-of-social-media-N.I.-Bilan.pdf)  
(seanewdim.com)
46. Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих медіа». Постанова від 13.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19#Text>
47. Електронний портал "MYUBI.TV". Чому медіа важливі в суспільстві?  
URL: <https://uk.myubi.tv/6232-why-is-media-important-in-society>
48. Платформа прав людини. Зміни для комунальних ТРК, новації співрегулювання та фінансування закону «про медіа»: що варто врахувати. 10.02.2023. URL: <https://ppl.org.ua/zmini-dlya-komunalnix-trk-novaci%D1%97-spivregulyuvannya-ta-finansuvannya-zakonu-pro-media-shho-varto-vrakhuvati.html>
49. Матвієнків С. М. Регіональні медіа: дефініція поняття та особливості функціонування в умовах російсько-української війни 2022 року. URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/237/6342/13378-1>.
50. Закон України «Про медіа» від 24.08.2023. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T222849>
51. Митко А. М. Інформаційна демократія: реалії та виклики часу. 04.12.2014. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream>
52. Аналітичний звіт: неконкурентні переваги державних і комунальних друкованих ЗМІ. *Центр демократії та верховенства права*. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/analitichnyj-zvit-nekonkurentni-perevagy-derzhavnyh-i-komunalnyh-drukovanyh-zmi/>
53. Розпорядник інформації. Комунальний аспект. *Офіційний портал Києва*. 2019. URL: <https://kyivcity.gov.ua/>
54. Андрійчук М.Т., Андрійчук Т.С. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади. 29.03.2018. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/>

55. Данькова Н. Як комунальні телерадіокомпанії мають превтілитись у публічні медіа. 11.05.2023. URL: <https://detector.media/rinok/article>
56. Офіс ради Європи України. Зміцнення свободи медіа, доступу до інформації та посилення системи суспільного мовлення в Україні. URL: <https://www.coe.int/uk/web/kyiv/the-council-of-europe-project-strengthenin>
57. Маріус Д. Державна фінансова підтримка місцевих друкованих медіа: стандарти ради Європи та європейські практики. 2021. URL: [1680a44d27 \(coe.int\)](https://www.coe.int/t/09004170401680a44d27)
58. Любченко П. Засоби масової інформації як структурний елемент громадянського суспільства та їх вплив на місцеве самоврядування: Посібник. 60-те вид. Харків. Вісник № 1, 2010. 10 с.
59. Романюк О., Коваленко І. Журналістика та ЗМІ. Засоби масової інформації в контексті взаємодії держави та громадянського суспільства в інформаційній сфері. 6-те вид. Харків. *Вісник Книжкової палати*. 2021. 5 с.