

Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи бакалавра

**на тему: РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ
В ОНЛАЙН-МЕДІА «SODA»: СТРАТЕГІЇ СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ**

Виконав: студент IV курсу, групи СН-312
спеціальності 061 «Журналістика»

(шифр і назва спеціальності)

Пугач Річард Павлович

Керівник: канд. філол. н., доц. Тонкіх І.Ю.

(посада, вч. звання, наук. ст., прізвище та ініціали)

Рецензент: канд. іст. н., доц. Балухтіна О. М.

(посада, вч. звання, наук. ст., прізвище та ініціали)

м. Запоріжжя 2026 рік

НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Факультет соціальних наук

Кафедра журналістики

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність: 061 «Журналістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри Григорук Н.В.

«16» вересня 2025 року

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра студента групи СН-312

Пугача Річарда Павловича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Реалізація концепції журналістики рішень в онлайн-медіа «SODA»: стратегії створення контенту».

керівник роботи к.ф.н., доц. Тонкіх І.Ю.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Національного університету «Запорізька політехніка» від «22» 04 20 26 року № 187

2. Строк подання студентом роботи 10.05.2026

3. Вихідні дані для роботи: праці таких науковців, як Я. Бакаєвич, К. Гілденстед, О. Гондюл, А. Житнікової, Т. Кузнецової, К. Макінтайр, Т. Матичак, Т. Слоток та ін.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити):

1. Сутність і перспективи журналістики рішень у контексті розвитку локальних медіа в Україні

1.1. Динаміка трансформації регіональних ЗМІ під час воєнного стану

1.2. Журналістика рішень як інноваційний підхід у діяльності локальних медіа

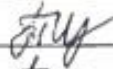
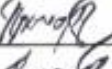
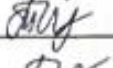
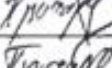
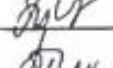
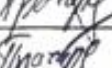
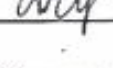
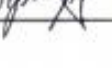
2. Стратегії впровадження моделі журналістики рішень в онлайн-медіа «SODA»

2.1. Роль та місце журналістики рішень у контент-стратегії «SODA»

2.2. Основні принципи створення контенту й етапи підготовки авторських матеріалів

5. Перелік графічного матеріалу: _____

6. Консультування розділів роботи

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		підпис	Дата	підпис	дата
Вступ	Тонкіх І.Ю.		28.11.25		28.11.25
I	Тонкіх І.Ю.		30.01.26		30.01.26
II	Тонкіх І.Ю.		27.02.26		27.02.26
Висновки	Тонкіх І.Ю.		26.03.26		26.03.26

7. Дата видачі завдання: «02» вересня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	Збір та систематизація матеріалу	жовтень 2025	
2	Аналіз журналістичнознавчого матеріалу	листопад 2025	
3	Написання вступу	грудень 2025	
4	Написання розділу 1	лютий 2026	
5	Написання розділу 2	березень 2026	
6	Написання висновків	квітень 2026	
7	Оформлення роботи	травень 2026	
8	Захист роботи	червень 2026	

Студент


(підпис)

Пугач Р.П.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис)

Тонкіх І.Ю.
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Текст кваліфікаційної роботи бакалавра «Реалізація концепції журналістики рішень в онлайн-медіа «SODA»: стратегії створення контенту» становить 58 сторінок, у тому числі основний текст – 47 сторінок. Для виконання роботи опрацьовано 46 джерел.

Об'єкт дослідження – запорізьке онлайн-медіа «SODA».

Предметом дослідження є особливості втілення моделі журналістики рішень на концептуальному та функціональному рівнях в онлайн-медіа «SODA» на прикладі власних матеріалів.

Метою дослідження є визначення специфіки створення та функціонування журналістських матеріалів моделі журналістики рішень в онлайн-медіа «SODA».

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі завдання:

- окреслити тенденції розвитку регіональних онлайн-медіа в Україні та обґрунтувати потребу застосування ними нових підходів під час воєнного стану;
- дослідити еволюцію моделі журналістики рішень у світовому й українському контекстах та перспективи застосування цього підходу в роботі локальних медіа;
- визначити роль і місце журналістики рішень у контент-стратегії онлайн-медіа «SODA»;
- проаналізувати основні принципи та етапи підготовки авторських матеріалів, що відповідають стандартам журналістики рішень.

У процесі дослідження застосовувалися такі методи: аналізу та синтезу під час дослідження теоретичних аспектів журналістики рішень, метод спостереження під час аналізу публікацій онлайн-медіа «SODA», метод моделювання на етапі створення власних публікацій моделі журналістики рішень, елементи методу типології та класифікації під час аналізу тем і жанрів публікацій.

Теоретико-методологічні засади журналістики рішень представлено в роботах таких зарубіжних дослідників як А. Венцел, Д. Герсон та Е. Морено, К. Гілденстед, К. Макінтайр, а також українських науковців Я. Бакаєвич, О. Гондюл, А. Житнікової, Т. Кузнецової, Т. Матичак, Т. Слотюк та ін. Проте дотепер не вистачає робіт, які б містили наукове осмислення практичного втілення цієї моделі журналістики на регіональному рівні.

Наукова новизна роботи полягає у тому, що це дослідження є однією з перших наукових праць, яка аналізує впровадження моделі журналістики рішень на регіональному рівні. Систематизовано знання про історію виникнення наряду з кордоном та в Україні, про основні закономірності та тенденції його розвитку. У роботі на прикладі власних матеріалів для онлайн-медіа «SODA» охарактеризовано алгоритм створення матеріалів моделі Solution journalism, що враховує локальну специфіку та потреби мешканців Запоріжжя. Розроблено рекомендації для журналістів щодо використання моделі журналістики рішень у локальних медіа.

Сфера застосування. Описаний досвід створення матеріалів моделі журналістики рішень може бути використаний журналістами регіональних редакцій для оптимізації творчого процесу та впровадженні цієї моделі у їх роботі. Матеріали дослідження також можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці семінарських та практичних занять з дисциплін «Інтернет-виробництво (контент, продукт, промоція)», «Тенденції розвитку інтернет-журналістики» у закладах вищої освіти, а також при написанні кваліфікаційних робіт студентів.

**ОНЛАЙН-МЕДІА, ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ, РЕГІОНАЛЬНА
ЖУРНАЛІСТИКА, ЛОКАЛЬНЕ МЕДІА, КОНТЕНТ**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА В УКРАЇНІ.....	12
1.1. Динаміка трансформації регіональних ЗМІ під час воєнного стану.....	12
1.2. Журналістика рішень як інноваційний підхід у діяльності локальних медіа.....	18
РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛІ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ В ОНЛАЙН-МЕДІА «SODA».....	27
2.1. Роль та місце журналістики рішень у контент-стратегії «SODA».....	27
2.2. Основні принципи створення контенту та етапи підготовки авторських матеріалів.....	34
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Повномасштабна російсько-українська війна, яка почалась у лютому 2022 року, стала найбільшим викликом для локальних медіа України за всі роки незалежності. Безпекові ризики, окупація територій та брак фінансування спричинили роботу регіональних редакцій у надскладних умовах. Окрім того, в період повномасштабної війни аудиторія почала відчувати втому від негативних новин. У відповідь на це регіональні медіа були змушені шукати нові підходи до створення контенту.

У цей момент новим трендом розвитку медіасистеми за кордоном та в Україні стає журналістика рішень (Solutions Journalism). Я. Бакаєвич зазначає, що цей підхід зосереджується «на описі розв’язання певної проблеми, містить інформацію, що веде читача до розуміння того, як влаштований світ, і як зробити так, щоб він працював краще» [3, с. 150].

Для прифронтових регіонів, таких як Запорізька область, такий підхід може стати одним із факторів успішного післявоєнного відновлення. Замість констатації наслідків руйнувань чи гуманітарних проблем, локальні редакції дедалі більше фокусуються на аналізі дієвих рішень: як локальний бізнес адаптувався до умов блекаутів, як ветерани можуть отримати психологічну та юридичну допомогу тощо. Такі матеріали стимулюють аудиторію медіа до активності в суспільно-громадському житті.

Прикладом впровадження інноваційного підходу журналістики рішень є запорізьке онлайн-медіа «SODA». Засноване вже після початку повномасштабного вторгнення, ЗМІ від початку своєї роботи формує свою контент-стратегію відповідно до моделі журналістики рішень. «SODA» не лише висвітлює новини міста, а й створює аналітичні, людиноцентричні матеріали, що базуються на засадах Solution journalism. Специфіка роботи «SODA» полягає у роз’ясненні сутності проблеми з аналізом причин її виникнення й наслідків, а також у пошуку ймовірних варіантів розв’язання проблеми.

Актуальність теми дослідження зумовлена перетворенням журналістики рішень на один із трендів розвитку онлайн-медіа України та світу, перспективністю використання цієї моделі як вектору трансформації медіа на регіональному рівні, а також тим, що це явище наразі перебуває в динаміці та через відносну новизну в українському медіапросторі потребує наукового осмислення.

Мета дослідження полягає у визначенні специфіки створення та функціонування журналістських матеріалів моделі журналістики рішень в онлайн-медіа «SODA».

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі дослідницькі **завдання**:

- окреслити тенденції розвитку регіональних онлайн-медіа в Україні та обґрунтувати потребу застосування ними нових підходів під час воєнного стану;
- дослідити еволюцію моделі журналістики рішень у світовому й українському контекстах та перспективи застосування цього підходу в роботі локальних медіа;
- визначити роль і місце журналістики рішень у контент-стратегії онлайн-медіа «SODA»;
- проаналізувати основні принципи та етапи підготовки авторських матеріалів, що відповідають стандартам журналістики рішень.

Об’єкт дослідження – запорізьке онлайн-медіа «SODA».

Предмет дослідження – особливості втілення моделі журналістики рішень на концептуальному та функціональному рівнях в онлайн-медіа «SODA» на прикладі власних матеріалів.

У процесі дослідження застосовувалися такі **методи**: аналізу й синтезу під час дослідження теоретичних аспектів журналістики рішень, метод спостереження під час аналізу публікацій онлайн-медіа «SODA», метод моделювання на етапі створення власних публікацій моделі журналістики

рішень, елементи методу типології та класифікації під час аналізу тем і жанрів публікацій.

Теоретико-методологічні засади журналістики рішень представлено в роботах таких зарубіжних дослідників як А. Венцел, Д. Герсон та Е. Морено [46], К. Гілденстед [44], К. Макінтайр [43; 44], а також українських науковців Я. Бакаєвич [2], О. Гондюл [6], А. Житнікової [10], Т. Кузнецової [4], Т. Матичак [17], Т. Слотюк [32] та ін. Проте дотепер не вистачає робіт, які б містили наукове осмислення практичного втілення цієї моделі журналістики на регіональному рівні.

Наукова новизна роботи полягає у тому, що це дослідження є однією з перших наукових праць, яка аналізує впровадження моделі журналістики рішень на регіональному рівні. Систематизовано знання про історію виникнення наряду з кордоном та в Україні, про основні закономірності та тенденції його розвитку. У роботі на прикладі власних матеріалів для онлайн-медіа «SODA» охарактеризовано алгоритм створення матеріалів моделі Solution journalism, що враховує локальну специфіку та потреби мешканців Запоріжжя. Розроблено рекомендації для журналістів щодо використання моделі журналістики рішень у локальних медіа.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що описаний досвід створення матеріалів моделі журналістики рішень може бути використаний журналістами регіональних редакцій для оптимізації творчого процесу та впровадженні цієї моделі у їх роботі. Матеріали дослідження також можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці семінарських та практичних занять з дисциплін «Інтернет-виробництво (контент, продукт, промоція)», «Тенденції розвитку інтернет-журналістики» у закладах вищої освіти, а також при написанні кваліфікаційних робіт студентів.

Апробація результатів роботи. Основні положення й результати роботи доповідалися на Всеукраїнській науково-практичній онлайн-конференції «Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики,

перспективи», 17–18 жовтня 2024 р. – Полтава: Полтавський національний педагогічний університет ім. В. Г. Короленка, 2024; Всеукраїнській студентській науковій онлайн-конференції «Актуальні проблеми журналістики», 30 квітня 2025 р. – Полтава: Полтавський національний педагогічний університет ім. В. Г. Короленка, 2025; VI Всеукраїнській науково-практичній конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі», 15 жовтня 2025 р. – Запоріжжя: Національний університет «Запорізька політехніка», 2025; Щорічній науково-практичній конференції «Тиждень науки-2026», 13–17 квітня 2026 р. – Запоріжжя: Національний університет «Запорізька політехніка», 2026.

За результатами роботи було опубліковано тези доповідей:

Пугач Р.П. Специфіка діяльності онлайн-медіа «SODA» в контексті розвитку журналістики рішень. *Актуальні проблеми журналістики: Збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської студентської наукової онлайн-конференції*, 30 квітня 2025 р. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2025. С. 106–111.

Пугач Р.П., Тонкіх І.Ю. Специфіка створення матеріалів у форматі журналістики рішень для онлайн-медіа «SODA». *Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 15 жовтня 2025 р.)* / редкол.: В.Л. Погребна, Н.В. Островська, Т.О. Серга, С.С. Щербина, В.О. Коваль та ін. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2025. С. 320–325.

Пугач Р.П., Тонкіх І.Ю. Журналістика рішень як модель трансформації регіональних онлайн-медіа. *Тиждень науки-2026. Факультет соціальних наук. Тези доповідей науково-практичної конференції*, Запоріжжя, 13–17 квітня 2026 р. / Редкол. : Вадим Шаломєєв (відпов. ред.) Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2026. (Подано до друку).

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел.

У вступі виявляється ступінь вивченості заявленої теми, окреслюються мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження, його наукова новизна, практичне значення, називаються методи дослідження.

У першому розділі «Сутність і перспективи журналістики рішень у контексті розвитку локальних медіа в Україні» окреслюються проблеми функціонування регіональних медіа України в умовах воєнного стану та розглядаються можливі шляхи їх подолання, зокрема журналістика рішень як перспективна модель трансформації локальних онлайн-медіа.

Другий розділ «Стратегії впровадження моделі журналістики рішень в онлайн-медіа «SODA» присвячено аналізу втілення концепції журналістики рішень в запорізькому онлайн-медіа «SODA» на прикладі власних журналістських матеріалів.

У висновках підбиваються підсумки дослідження. Додатки містять скріншоти сторінок онлайн-медіа «SODA» з авторськими матеріалами моделі журналістики рішень.

Обсяг роботи – 47 сторінок. Список використаної літератури містить 46 найменувань.

РОЗДІЛ 1

СУТНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА В УКРАЇНІ

1.1. Динаміка трансформації регіональних ЗМІ під час воєнного стану

Сучасна система регіональних медіа в Україні характеризується динамічними змінами, що зумовлені як глобальними цифровими трендами, так і специфічними внутрішніми викликами. Локальні онлайн-медіа сьогодні відіграють критично важливу роль: вони є основним джерелом перевіреної інформації для громад, інструментом згуртування мешканців та платформою для вирішення локальних проблем. Проте шлях розвитку регіонального сегменту медіа залишається складним і багатоаспектним.

Повномасштабне вторгнення Росії у 2022 році стало найважчим випробуванням для українських регіональних редакцій за всю історію незалежності країни. Окрім необхідності адаптуватися до нових форматів споживання контенту, медіа зіткнулися з низкою інших критичних труднощів. Зокрема, Є. Гончаренко окреслює такі виклики, як-от: фізична небезпека для журналістів, економічні труднощі через зменшення рекламних доходів і тиск з боку місцевих політичних діячів [7].

А. Русиняк визначає поняття «регіональні медіа» як «медіа, робота яких пов'язана насамперед із певним регіоном; редакція яких розміщена у тому регіоні, який перебуває у центрі уваги даного ЗМІ; зорієнтовані насамперед на місцевого споживача інформації і, відповідно, ці видання є націленими передусім на виробництво інформації про регіон» [30, с. 80]. При цьому, на думку дослідника, перші два показники в сучасних умовах не мають вирішального значення. Головною умовою залишається інформаційне наповнення [30].

Шведський дослідник М. Карлссон акцентує увагу на важливості місцевих засобів масової інформації, таких як преса, радіо, телебачення та інформаційні сайти, для функціонування місцевої влади. На його думку, ці медіа мають спільний локальний і культурний контексти з місцевими, спілкуються з ними однією мовою, задовольняють необхідність в інформації про поточні місцеві події, муніципальне управління та зміни в комунальній сфері [42].

Розвиток регіональних медіа в Україні припав на 2010-ті роки. Важливу роль у цьому відіграли процеси цифровізації та глобалізації. Із розвитком технологій та поширенням інтернету дедалі більше регіональних редакцій почали переходити до цифрового простору. О. Чернявська виокремлює «три основні напрямки впливу процесів глобалізації комунікативного простору на розвиток регіональних ЗМК, що функціонують у межах національної медіасистеми. По-перше, йдеться про нові форми та особливості діяльності регіональних ЗМК, які з'явилися під впливом глобалізації комунікативного простору; по-друге, це вплив від проникнення у локальне медіасередовище національних та іноземних суб'єктів; по-третє, поява нових завдань у діяльності регіональних ЗМК по відношенню до локальних і національних спільнот крізь призму концепцій амбівалентності глобалізації та "близькості до аудиторії"» [38, с. 128].

Важливу роль у цифровізації регіональних медіа відіграли поява та стрімкий розвиток цифрових платформ та соціальних медіа. Серед них можна виокремити соціальні мережі «Фейсбук», «Інстаграм», «Х», відеохостинги «Ютуб» та «ТікТок», месенджер «Телеграм» тощо. М. Василецький стверджує, що «механізми впливу цифрових платформ на регіональні медіа є багатограними та охоплюють різні аспекти функціонування: економіку медіавиробництва, процес створення контенту, та характер взаємодії з читачами» [5, с. 16].

Найбільшим викликом для регіональних медіа за час незалежності стало повномасштабне вторгнення РФ у 2022 році. Локальні редакції стикнулися з

низкою викликів, через які довелося змінювати підхід до роботи або взагалі припинити своє існування. За даними дослідження від Інституту масової інформації, за 2022 рік в Україні закрилися 216 регіональних медіа [11].

Однією з основних проблем для локальних медіа стали загрози безпеці журналістів. Особливо цей фактор стосується регіонів, у яких ведуться активні бойові дії: Донецька, Луганська, Запорізька, Херсонська та Харківська області. За даними дослідження від Інституту масової інформації, за 2022 рік в Україні російська армія вбила 42 журналіста, 8 із яких – безпосередньо під час виконання редакційного завдання. На окупованих територіях російські військові викрали 20 журналістів [11]. Тому деякі з редакцій релокувалися на підконтрольну Україні територію. Наприклад, онлайн-медіа «РІА Південь» (колишнє «РІА Мелітополь»). Редакція видання після окупації Мелітополя у лютому 2022 року перебуває в Запоріжжі. Ще один приклад – луганське медіа «Трибун». Редакція пережила дві хвилі релокації: у 2014 році із Луганська до Рубіжного, а звідти у 2022 році – до Києва.

Другою проблемою, з якою стикнулися регіональні медіа, стало суттєве скорочення фінансування. Багато локальних медіа в регіонах вдавалося підтримувати відносно стабільне фінансування завдяки рекламодавцям. Однак після початку повномасштабного вторгнення цей ринок зазнав значного спаду. Чимало медіа перейшли на модель міжнародного грантового фінансування, зокрема від USAID. Однак ситуація суттєво погіршилася на початку 2025 року, коли у США оголосили про закриття агентства з міжнародного розвитку. Згідно з опитуванням Інституту масової інформації, через 3 місяці після припинення фінансування від USAID, близько 55% опитаних редакцій зменшили обсяги виробництва контенту. 43% медіа довелося скоротити заробітну плату журналістам, а у 31% редакцій відбулися скорочення штату [40]. На думку Є. Гончаренка, «скорочення грантової підтримки локальних медіа несе системну загрозу розвитку демократії у регіоні. Через це умовно незалежні медіа ризикують перетворитися на інструмент простого інформування, а не контролю за діями місцевої влади. Під загрозою перебуває

повноцінна критична журналістика, через що знижується якість публічного дискурсу та відбувається маргіналізація альтернативних голосів» [7, с. 33].

Ще одним викликом для регіональних медіа стала нестача кадрів. Варто зазначити, що ця проблема є наслідком загрози безпеці журналістів та скорочення фінансування. Через безпекову ситуацію чимало журналістів мігрували в інші регіони України або за кордон. Чимало медійників стали до лав ЗСУ. Так, за даними опитування від Media Development Foundation за 2024 рік, «близько 62% опитаних медіа основною проблемою назвали саме нестачу працівників. Редакції втрачають унікальних спеціалістів. Серед них: відеооператори, монтажери, головні редактори» [39]. М. Шабанов зазначає, що значна кількість журналістів починають займатися блогерською діяльністю, зокрема в телеграмі. На думку науковця, така діяльність є значно ефективнішою в сучасних умовах інформаційної нестабільності [40].

Серед інших викликів, з якими стикнулися регіональні редакції, також варто назвати такі: психологічне навантаження членів команди, вимкнення електроенергії, часті обстріли, недостатньо швидке отримання інформації, ускладнення пошуку героїв для матеріалів тощо.

Попри всі труднощі, медіа, що продовжили роботу, адаптувалися до нових реалій. Аби утримати позиції на ринку, зберегти штат працівників та забезпечити безперервне виконання журналістами їхньої роботи, редакціям довелося прийняти чимало змін та нововведень.

Одним із напрямів трансформації медіа стало розширення переліку професійних обов'язків медійників. Через нестачу кадрів у регіональних редакціях журналістам довелося опанувати чимало нових навичок, що сприяло їх перетворенню на «універсальних працівників». Згідно з дослідженням від Media Development Foundation, для 16% керівників українських ЗМІ дефіцит кваліфікованих спеціалістів став головною проблемою [34]. Задля виживання в кризових умовах редакціям довелося суттєво розширити функціонал наявних працівників. Ба більше, навіть за умови розширення штату медіа потерпали від відсутності ефективного менеджменту середнього рівня та

розмитих посадових інструкцій. Це призвело до того, що головні редактори були змушені поєднувати роботу над контентом із функціями генеральних директорів (CEO) [34].

Другий напрям трансформації – це спроба диверсифікації джерел доходів. Після початку повномасштабного вторгнення більшість регіональних медіа спіткала криза через нестачу фінансування. Основним джерелом доходу стала грантова підтримка. Так, за даними дослідження Media Development Foundation [34], у 2022 році у 50% опитаних медіа грантове фінансування зросло на 50–100% або більше (до 200%) – тобто редакції змогли подвоїти чи навіть потроїти свій грантовий бюджет. Також важливим чинником фінансової стабільності стала підтримка читачів. У своєму опитуванні Media Development Foundation зазначає, що у 2022 році читачі матеріально підтримували 44,2% опитаних медіа [34]. Найчастіше підтримка надходила через платформу Patreon, рідше – PayPal, банківські реквізити чи банки, членська підписка, спонсорство на YouTube. В. Андрушків зауважує, що одним із поширених способів отримання додаткових прибутків стало проведення тренінгів та консультації – під час таких заходів редакції можуть ділитися власним досвідом налагодження процесів роботи редакції та отримувати додатковий дохід за свої консультації [1].

Ще один вектор змін – це трансформація форматів, способів та каналів поширення контенту. З початком повномасштабного вторгнення основною платформою для споживання новин для більшості українських користувачів мережі стали месенджери. За даними звіту «Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціалізовані новинні телеграм-канали українського сегменту» від Українського інституту медіа та комунікацій, у 2022 році 63,3% українців почали використовувати телеграм-канали як основне джерело новин саме після початку повномасштабного вторгнення Росії. До цього цей показник становив усього 35,9% [41]. Через це редакції почали активно створювати унікальний контент та адаптувати вже існуючий для поширення саме у месенджерах, зокрема у телеграмі. К. Махова зазначає, що «редакції

почали активно впроваджувати інтерактивні елементи у спілкуванні з аудиторією у месенджерах. Зокрема, опитування, голосування, коментарі та лайки. Такий підхід дозволяє не лише утримувати увагу, а й залучати аудиторію до активної участі, до обговорення контенту та підвищенню лояльності» [18, с. 270].

Окрім каналів поширення інформації, регіональні медіа змінили й тематику публікацій. Провідною темою стала повномасштабна війна та пов'язані з нею події: наслідки обстрілів, вшанування пам'яті полеглих захисників із регіону, зведення із фронту від офіційних джерел тощо. Згідно із дослідженням «Тематичні пріоритети українських регіональних видань: офіціоз та оголошення беруть гору?» від Інституту демократії ім. Пилипа Орлика, у травні 2023 року тема війни на сайтах проаналізованих медіа у середньому складала 19,5% усього контенту; насамперед ця тенденція спостерігається в областях активних бойових дій або тих, які знаходяться неподалік від зони бойових дій [36]. Так, за даними дослідження, на Донеччині 24% публікацій медіа складала бойових дій, а ще 37% – ВПО та постраждалих внаслідок війни [36].

С. Матвієнків зауважує, що після початку повномасштабного вторгнення, журналісти локальних медіа почали активно висвітлювати інформацію, яка може бути корисною читачам в умовах війни. Зокрема, надання першої медичної та психологічної допомоги. Героями матеріалів все частіше стають вразливі верстви населення [16]. Також дослідниця зазначає, що в регіональних медіа дедалі більше почали публікувати контент із посиланням на офіційні джерела [16].

Отже, сучасна динаміка трансформації регіональних медіа в Україні зумовлена безпрецедентними кризами. Повномасштабне вторгнення Росії у 2022 році повністю змінило медіапростір кожного регіону країни, що змусило редакції працювати в умовах безпекових загроз, фінансової нестабільності та кадрового дефіциту. Особливо критичним ударом для життєздатності медіа стало закриття агентства USAID на початку 2025 року, що призвело до

скорочення штатів та обсягів контенту в понад половині регіональних редакцій.

Одним із головних векторів трансформації став остаточний перехід локальних медіа до інтернет-простіру, на сайти та платформи соціальних медіа, де провідну роль почали відігравати месенджери. Це дало змогу медіа зберегти конкурентоспроможність та утримувати увагу читачів.

У відповідь на інформаційну втому аудиторії регіональні медіа почали впроваджувати нові підходи до створення контенту. Однією з таких альтернатив стала модель журналістики рішень, яка пропонує новий погляд на висвітлення проблем, зокрема у прифронтових регіонах.

1.2. Журналістика рішень як інноваційний підхід у діяльності локальних медіа

Як відповідь на ті виклики, що постали перед локальними медіа під час повномасштабного вторгнення РФ, чимало редакцій регіональних ЗМІ почали шукати нові шляхи розвитку задля продовження своєї діяльності та збереження конкурентоспроможності. Однією з таких нових моделей трансформації медіа стала журналістика рішень.

Під час війни збільшилась кількість негативних новин, що деструктивно впливало на аудиторію та призводило до загальної втоми від ЗМІ. Тоді в деяких редакціях змінили підхід до висвітлення подій та почали не лише констатувати факт наявності проблеми, а й пропонувати можливі способи подолання кризових ситуацій. Т. Слотюк зазначає, що завдяки впровадженню *solution journalism*, журналісти локальних медіа можуть виступати «не пасивними спостерігачами, а конструктивними критиками, пропонуючи такі варіанти вирішення проблем, які вже апробовані в інших громадах» [32, с. 68].

Модель журналістики рішень є альтернативою того принципу інформування, який панував у ЗМІ протягом багатьох десятиліть. Замість

стандартного повідомлення про існування певних труднощів та негараздів, у матеріалах *solution journalism* журналісти фокусується на висвітленні потенційних способів розв'язання тієї чи іншої соціальної проблеми. Медіатексти про ухвалені рішення, підкріплені вагомими аргументами, наочно демонструють причини успіху чи провалу певних підходів. Сутність цього журналістського напрямку полягає в неупередженому та ґрунтовному аналізі проблеми. Це допомагає знайти найбільш ефективні способи подолання проблем.

Сьогодні в науковому середовищі існує декілька підходів до тлумачення поняття «журналістика рішень». Так, наприклад, американські дослідники А. Венцел, Д. Герсон та Е. Морено трактують його «як жанр інформаційної журналістики з елементами критичного аналізу спроб вирішення проблем, які можуть продовжитися в майбутньому» [46].

Американська дослідниця К. Макінтайр та данська науковиця К. Гілденстед у своєму дослідженні «Конструктивна журналістика: застосування методів позитивної психології до виробництва новин» розглядають журналістику рішень як один із різновидів конструктивної журналістики та виокремлюють чотири її типи [44, с. 23]:

- журналістика рішень – особисті історії про те, як люди реагують на проблеми та вирішують їх;
- журналістика перспективи – фокусується на майбутньому, його психологічному представленні та оцінці;
- журналістика миру – поєднання журналістики рішень та перспективи. Фокусується на розкритті конфлікту та можливостях після його завершення.
- журналістика відновних наративів – акцент ставиться на розкритті внутрішніх суперечностей, зокрема через зображення усіх спроб подолати їхні наслідки.

Усі названі типи мають спільні риси, зокрема акцент на потенціалі й розвитку та розуміння того, що поліпшення ситуації залежить від обсягу та складності докладених зусиль. Водночас, згідно з класифікацією К. Макінтайр

та К. Гілденстед, кожен із типів має свої унікальні характеристики. Наприклад, журналістика перспективи фокусується на майбутньому; журналістика відновних наративів зосереджується на дослідженні причинно-наслідкових зв'язків негативних подій минулого та на зусиллях, необхідних для їх запобігання в майбутньому; журналістика миру досліджує можливості, які відкриваються в майбутньому, враховуючи поточний стан речей. Натомість журналістика рішень концентрується на теперішньому, на тому, як зусилля, докладені в минулому, впливають на сучасний стан проблеми [44].

Подібну класифікацію пропонує українська дослідниця Я. Бакаєвич, яка зазначає, що матеріали про рішення мають містити конструктив [3]. Тому журналістика рішень входить до напряму конструктивної журналістики. Основна мета обох підходів – це демонстрація ролі, яку може відіграти читач у розв'язанні певної проблеми. На думку дослідниці, як журналістика рішень, так і конструктивна журналістика прагнуть відійти від тенденції класичного підходу висвітлення переважно негативу та конфлікту. Однак обидва напрями різняться акцентами. Журналістика рішень розкривається у жанрах життєвих історій з практичними прикладами. Матеріали конструктивної журналістики представлені у жанрі аналітичних статей, що супроводжуються порадами від експертів [3].

О. Гондюл характеризує особливості моделі журналістики рішень за допомогою вислову «Tell the WHOLE story» («Розкажи повну історію»), де слово «WHOLE» є аббревіатурою до основних завдань, які виконує журналістика рішень [6, с. 18]:

- W (What response does it address?) – Рішення якої проблеми варто шукати?
- H (How it works) – Як рішення цієї проблеми працює?
- O (Offers insight) – Опис наявних рішень проблеми;
- L (Includes limitations) – Які є перешкоди на шляху до рішення?
- E (Most important, provides evidence of impact) – надання доказів позитивного впливу рішення.

Однією з найважливіших функцій журналістики рішень є її здатність мобілізувати аудиторію. Публікації можуть заохочувати читачів глибше занурюватися в причини виникнення проблеми, мотивувати до активних дій після ознайомлення із журналістським матеріалом, а також закликати до дискусій в соціальних мережах. К. Макінтайр підтверджує цю тезу: на підставі проведених опитувань вона зазначає, що після ознайомлення з публікаціями, створеними у напрямі журналістики рішень, аудиторія виявляла бажання ділитися цими історіями у соціальних мережах, позитивно оцінювали або фінансово підтримувати ініціативи, які впроваджують рішення [43]. Схожі погляди має й Я. Бакаєвич: на її думку, журналістика рішень «сприяє формуванню відчуття приналежності, підвищенню соціальної згуртованості та мобілізації зусиль для досягнення спільних цілей» [2, с. 41].

У процесі пошуку тем для матеріалів моделі журналістики рішень медійникам важливо враховувати реальні потреби аудиторії та спиратися на наявні ефективні варіанти рішень. Так, медіатренерка та експертка у галузі журналістики рішень Т. Матичак виокремлює п'ять критеріїв, які варто враховувати під час вибору теми [17, с. 14]:

- проблема має бути чітко проартикульована;
- інноваційне рішення має бути подане детально та доступно;
- аналіз ефективності існуючого рішення;
- доступність рішення;
- опис слабких сторін, які можуть вплинути на реалізацію рішення.

У процесі пошуку потенційних шляхів подолання проблеми журналісти мають системно аналізувати не тільки проблему, а й механізми її розв'язання. Завжди варто враховувати локальний контекст та специфіку проблеми. Я. Бакаєвич та Т. Кузнецова вважають, що на цьому етапі необхідна «фактологічна перевірка ефективності; порівняння з іншими моделями; виявлення обмежень і факторів успіху» [4, с. 227]. На думку дослідниць, оцінку ефективності певного рішення варто давати на основі чітких показників та з урахуванням аналізу тих умов, які призвели до його виникнення [4].

В Україні широке розповсюдження журналістики рішень розпочалося наприкінці 2010-х років. Спочатку ця тенденція поширилась на загальнонаціональному рівні: у провідних медіа країни почали з'являтися матеріали, які містили окремі ознаки моделі журналістики рішень. Так, у 2019 році у виданні «Бабель» з'являється рубрика «Користь». Тут аудиторії пропонують практичні поради та інформацію, що стосується різних аспектів повсякденного життя. Матеріали рубрики присвячені темам медицини та здоров'я, фінансової грамотності, різних соціальних ініціатив, інформаційної гігієни тощо. Тексти мають певні ознаки журналістики рішень, зокрема це фокус на практичних порадах та висвітленні рішень на рівні повсякденних проблем. Проте не всі вони цілком відповідають усім критеріям цього підходу. Концепції журналістики рішень притаманний глибший аналіз ефективності рішень, їх обмежень та контексту.

Важливу роль у розвитку журналістики рішень в Україні відіграли такі організації, як Національна спілка журналістів України (НСЖУ), Інтерньюз-Україна, Media Development Foundation та Інститут розвитку регіональної преси (ІРРП). На тлі зростання популярності напряму у світовій журналістиці вони почали організовувати тренінги, вебінари та конкурси на найкращі матеріали у напрямі журналістики рішень. Так, у 2019 році Інтерньюз-Україна провели один із перших в країні тренінгів на цю тему. Вже у 2021 році був організований перший онлайн-форум із журналістики рішень із залученням медійників з України та зарубіжжя. На сьогодні Інтерньюз-Україна продовжує підтримувати розвиток напряму solution journalism в Україні та проводити конкурси на найкращі матеріали у цьому напрямі.

Навчальна діяльність цих організацій дала поштовх до поширення журналістики рішень на регіональному рівні. У багатьох областях України почали з'являтися медіа, які у своїх матеріалах не лише висвітлюють локальні проблеми, але й пропонують рішення.

У контексті українського досвіду впровадження журналістики рішень неможливо не згадати онлайн-медіа «Рубрика». Незважаючи на те, що це

загальноукраїнське ЗМІ, журналісти дуже часто висвітлюють проблеми та цікаві ініціативи різних регіонів України. Засноване у 2018 році, від початку свого існування медіа позиціонувало себе як суспільно-політичне з акцентом на питаннях екології, урбанізму та правах жінок. Однак з 2020 року «Рубрика» починає позиціонувати себе як медіа рішень – воно стало першим серед українських медіа, що дотримується принципів журналістики рішень.

У своїй діяльності «Рубрика» орієнтується на збирання історій, на пояснення, як і чому вони працюють або не працюють, з чим стикнулися герої і якими стали результати, в який спосіб рішення можна масштабувати. У своїх матеріалах медіа висвітлює теми екології, медицини, освіти, інклюзії, прав людини тощо. «Рубрика» активно співпрацює з громадськими організаціями, активістами, волонтерами та місцевими ініціативами, часто подаючи історії з регіонів України. Одним із прикладів таких матеріалів є стаття «10 гектарів нових дерев: як на Рівненщині активісти спільно з громадою відновлюють ліс» [33]. У центрі уваги – ініціатива громадської організації Treerilya та міжнародної компанії Egis, які в червні 2024 року завершили висадку 10 гектарів лісу на вигорілих ділянках в Рівненській області. Журналістка Аліса Смагіна не лише констатує проблему (знищення українських лісів через бойові дії та пожежі), а детально описує конкретну відповідь на неї – залучення до відновлення екосистеми приватних та громадських ініціатив.

Яскравим прикладом втілення журналістики рішень на регіональному рівні є івано-франківський онлайн-журнал «Куфер». Видання розпочало роботу у 2019 році. Від самого початку своєї діяльності редакція відмовилася від стандартного новинного контенту на користь аналітики та локальних історій. У своєму контенті медіа «Куфер» орієнтується на підходи журналістики рішень. Це декларується і в самопозиціонуванні видання. Так, у розділі «Про нас» на сайті медіа редакція зазначає, що у своїх матеріалах намагається знаходити рішення, які б могли впроваджувати містяни: «Говоримо про міське життя, виклики та перемоги, виявляємо зміни,

створюємо «інструкції», які мають спонукати мешканців до відповідального життя у місті» [18].

Матеріали моделі журналістики рішень на сайті медіа «Куфер» можна розділити на дві категорії. Перша – це висвітлення локальних ініціатив, за допомогою яких громадяни намагаються впроваджувати певні рішення. Другий – це аналіз певної проблеми Івано-Франківська та пошук можливого рішення з огляду на досвід інших міст. Прикладом першої категорії може бути стаття під заголовком «Сортуй розумно. Як соціальне підприємство допомагає Франківську сортувати сміття» [9]. У ньому йдеться про місцеву громадську організацію «SoftSmart», яка займається сортуванням відходів та облаштуванням спеціальних місць для роздільного збору сміття. Крім цього, у матеріалі подається детальна статистика щоденного продукування побутових відходів в місті та огляд стану смітєвих майданчиків Івано-Франківська.

Приклад другої категорії – це стаття «Парки та зони відпочинку. Навіщо містам зелені зони та як їх правильно створювати» [29]. У ньому журналістка Оксана Расулова аналізує важливість зелених зон для екосистеми міста. У тексті подається історична довідка із прикладами облаштування парків та скверів у містах минулого, за допомогою експертних коментарів артикулюється проблема нестачі зелених зон в Івано-Франківську та наводяться успішні кейси закордонних міст, зокрема німецького Дортмунду.

А. Житнікова вважає, що «коли журналістика демонструє приклади успішного вирішення соціальних питань, це прискорює соціальний прогрес, адже можна вирішити соціальну нерівність, зміцнити соціальну справедливість» [10, с. 62]. Ці тенденції можна спостерігати у серії матеріалів від медіа «Перший криворізький». У 2021 році криворізьке онлайн-видання у рамках проєкту від «Львівського медіафоруму» створило серію текстів у напрямі журналістики рішень. Усього в медіа було опубліковано 3 матеріали: «Як зробити своє село чи селище кращим», «Знайти пандус, сповивальний столик і парковку для велосипедистів: як працює мапа доступності у Кривому Розі» та «Стажування – навчання – робота для «сонячних людей» у Кривому

Розі» [20]. У них журналісти «Першого криворізького» висвітлюють локальні ініціативи щодо допомоги людям з інвалідністю та наводять приклади активного впровадження змін мешканцями одного із селищ Дніпропетровщини. У такий спосіб автори намагаються змістити акцент із деструктиву на конструктив. Саме це, на думку А. Житнікової, дозволяє у матеріалах журналістики рішень дотримуватися неупередженості [10].

Ще один приклад втілення журналістики рішень на регіональному рівні – полтавське онлайн-медіа «Зміст», засноване у 2017 році. Перші матеріали у напрямі журналістики рішень у медіа почали створювати після початку повномасштабного вторгнення у 2022 році. За словами головної редакторки видання Анастасії Добряк, після початку вторгнення до Полтавської області переїхало чимало внутрішньо переміщених осіб, які почали відкривати власні бізнеси. Тому редакція сфокусувалася на розкритті подібних історій.

Через це провідним підходом журналістики рішень у медіа «Зміст» є висвітлення історій громадських рухів та людей, які намагаються впроваджувати зміни у Полтавському регіоні. У медіа нечасто публікують матеріали, в яких аналізується конкретна проблема та пропонуються можливі рішення, – редакція фокусується переважно на історіях локальних ініціатив та активістів.

Загалом, в усіх проаналізованих медіа модель журналістики рішень застосовується системно. Виняток – медіа «Перший криворізький», яке створює матеріали у напрямі журналістики рішень лише в рамках окремих проєктів. Спільною рисою підходів до впровадження журналістики рішень є висвітлення локальних ініціатив активістів, які намагаються впроваджувати зміни. Більш ґрунтовний підхід спостерігається у виданнях «Рубрика» та «Куфер», які також проводять аналіз локальних проблем регіонів та намагаються знайти їхнє оптимальне вирішення.

Отже, модель журналістики рішень наразі є дієвою альтернативою суто інформаційному підходу в медіа. На відміну від класичного інформування, що часто концентрується на негативних аспектах та конфліктах, solutions

journalism пропонує такий спосіб висвітлення соціальних проблем, де в центрі уваги перебуває аналіз способів їх подолання.

Досвід впровадження журналістики рішень в Україні на рівні локальних медіа свідчить про успішну адаптацію глобальних трендів до національного контексту. Починаючи з 2010-х років, завдяки підтримці профільних медіаорганізацій, цей підхід трансформувався із загальнонаціональних ініціатив до стратегічної моделі розвитку регіональних медіа. В умовах повномасштабного вторгнення журналістика рішень набула особливого значення. Вона стала інструментом соціальної адаптації та пошуку шляхів до розвитку громад, що підтверджує її високий потенціал як моделі трансформації сучасного медіапростору.

РОЗДІЛ 2

СТРАТЕГІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛІ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ В ОНЛАЙН-МЕДІА «SODA»

2.1. Роль та місце журналістики рішень у контент-стратегії «SODA»

Модель журналістики рішень тривалий час не застосовувалась як провідна в локальних ЗМІ, зокрема в медіапросторі запорізького регіону. Використання цього підходу було спорадичним, несистематичним та обмежувалось нечисленними публікаціями в місцевих ЗМІ. Проте такого медіа, яке б обрало такий підхід як засадничий у своїй діяльності та регулярно продукувало такі матеріали, не було.

У листопаді 2023 року свою роботу розпочало онлайн-медіа «SODA» – перше запорізьке медіа, яке обирає модель журналістики рішень як провідну. Засновниці медіа Катерина Рождественська, Лілія Статівко та Вероніка Хорольська разом працювали в іншому місцевому медіа – «Запорізький центр розслідувань». Тоді в них виникла ідея створення власного медіа, в роботі якого можна було б поєднувати елементи розслідувальної журналістики та журналістики рішень. У коментарі для «Детектора медіа» головна редакторка «SODA» Катерина Рождественська повідомляє: «Працюючи втрьох в одному медіа, ми мали багато ідей, які «вибивались» із концепції. Тому рішення про створення чогось свого формувалось поступово. Ми працювали над спільним журналістським проєктом і зрозуміли, що втрьох нам комфортно і ми доповнюємо одна одну» [31].

Від початку своєї роботи «SODA» мала статус громадської організації. Проте в жовтні 2025 року медіа пройшло процедуру офіційної реєстрації та було внесено до реєстру Національної ради з питань телебачення та радіомовлення.

Оскільки медіа «SODA» від початку свого існування було зареєстроване як громадська організація, редакція не має чітко визначеного власника.

Кінцевими бенефіціарами є засновниці Лілія Статівко, Вероніка Хорольська та Катерина Рождественська. Остання ж наразі є офіційним керівником організації. Основним джерелом доходів медіа є грантова підтримка. Наразі «SODA» співпрацює із Міністерством закордонних справ Нідерландів та Інститутом висвітлення війни та миру (IWPR). Також у рамках короткострокових проєктів медіа регулярно співпрацює із Інститутом розвитку регіональної преси (IRPP) та організацією «Інтерньюз-Україна».

Окрім грантової підтримки, останнім часом медіа отримує прибуток від громадських організацій та бізнесу за публікацію інформації про них. Такі матеріали завжди марковані позначкою «Партнерський матеріал», а також дисклеймером наприкінці матеріалу «Інформація розміщена на правах реклами». Також наразі в медіа ведеться активна робота із залучення ще одного джерела фінансування, а саме розвитку системи платної підписки, яка дає доступ до ексклюзивного контенту. З цією метою редакція «SODA» організовує офлайн-зустрічі із підписниками у форматі лекцій, розважальних зустрічей, толок тощо.

У перші 6 місяців свого існування редакція медіа «SODA» поширювала матеріали лише в соціальних мережах «Інстаграм» і «Фейсбук» та в месенджері «Телеграм». Перші журналістські публікації, що втілювали модель журналістики рішень, спочатку не мали чіткої рубрикації, проте пізніше деякі матеріали почали виходити під хештегами «Проблемопедія» (аналітичні матеріали щодо проблем Запоріжжя та можливі шляхи їх вирішення), «Рушії змін» (історії запорізьких активістів та громадських діячів, які намагаються змінити місто на краще) тощо. Проте формат соціальних мереж не давав змоги повною мірою реалізувати ці ідеї, тому більшість матеріалів були невеликими за обсягом та недостатньо ґрунтовними.

У червні 2024 року «SODA» перетворилась на онлайн-медіа, оскільки було створено власний сайт. Сьогодні на ньому публікують усі матеріали, зокрема інформаційні (новини, замітки й репортажі) та аналітичні (статті та розслідування), інтерв'ю. Тому формат медіа можна визначити як

інформаційно-аналітичний. У соціальних мережах публікують менше матеріалів. Так, наприклад, на сторінці в інстаграмі у форматі «сторіз» поширюють посилання на повний текст замітки на сайті. У фейсбуці та в телеграм-каналі публікуються скорочені версії новинних заміток разом із головним фото та посиланням на повну версію замітки на сайті. Наразі середньомісячне охоплення на сайті медіа становить близько 18 тисяч переглядів. Середній показник переглядів одного тексту на сайті – 1000 (див. Додаток Б).

У редакції «SODA» вважають, що їхні матеріали спрямовані на соціально активну аудиторію. Так, у розділі «Про нас» на сайті медіа зазначається, що «SODA» є «медіа для тих, хто спраглий до змін. Для тих, хто готовий взяти вудочку до рук і виловити свою рибку. Для тих, хто вже втомився від того, що Запоріжжю пороблено. Для тих, хто готовий переходити на свідому сторону» [45].

У своїй діяльності редакція «SODA» робить великий акцент на адаптації контенту для соціальних мереж. Такий підхід дає змогу ефективно залучати аудиторію та взаємодіяти з читачами. Загальна аудиторія «SODA» у соціальних медіа становить близько 10 тисяч підписників. Серед них – 6459 в інстаграмі, 2952 у фейсбуці, 1357 в тіктоці та 302 в телеграмі. Середньомісячна кількість користувачів, які взаємодіють зі сторінкою медіа в інстаграмі, становить 308 тисяч. У фейсбуці середньомісячна кількість сягає 400 тисяч користувачів.

Просування матеріалів онлайн-медіа відбувається у соціальних мережах. «SODA» використовує декілька способів залучення нової аудиторії у соціальних медіа. По-перше, це замовлення таргетованої реклами в інстаграмі та фейсбуці. По-друге, це спільні публікації в інстаграмі з героями матеріалів. Оскільки зазвичай героями текстів медіа є громадські організації, активісти та локальні бізнеси, це допомагає залучати більш активну та лояльну аудиторію. До того ж така аудиторія потенційно є більш готовою долучитися до вирішення проблем у різних сферах життя міста.

Основною метою своєї діяльності в редакції «SODA» називають вирішення проблем Запорізького регіону. Своєю місією вони вбачають «пошук вирішення проблем Запоріжжя та області. Ми не просто інформуємо, ми медіа про зміни, медіа, що глибоко аналізує проблеми, шукає шляхи рішення цих проблем та ділиться з запоріжцями, які готові діяти» [45].

У своїй редакційній політиці редакція чітко визначає тематику своїх публікацій:

- Проблемопедія Запоріжжя – аналіз актуальних проблем регіону та пошук можливих рішень;
- Рушії змін – розповідь про локальні ініціативи та активістів, які впроваджують рішення;
- Без домішок – огляд судових справ, аналіз державних закупівель, електронних декларацій запорізьких посадовців тощо;
- Прогулянки рідним містом – медіатексти, присвячені визначним пам'яткам Запоріжжя та історії районів міста;
- SODA-наші – історії запорізьких бізнесів [45].

Також у своїй редакційній політиці редакція «SODA» чітко прописує стандарти роботи над журналістськими матеріалами. Зокрема, журналісти медіа «дотримуються журналістських стандартів, Кодексу етики українського журналіста, правил українського правопису та законів України» [45]. Важливий акцент робиться на балансі сторін. Так, у медіа зазначають, що «точки зору опонентів, у тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів» [45]. Такий підхід до створення матеріалів дозволяє ефективно впроваджувати модель журналістики рішень. Зокрема, подання оцінки незалежних експертів підкріплює докази ефективності тих рішень, які подаються у матеріалах медіа.

Наразі матеріали моделі журналістики рішень публікують на сайті медіа в рубриці «Рішення» (див. Додаток А). У розділі «Редакційна політика» зазначається, що у своїй роботі SODA використовує формулу «ЖР²» —

журналістику рішень та журналістику розслідувань [45]. У медіа зазначають, що їхня команда «пише не тільки про проблеми, а і про рішення. Відшукує, пропонує, розповідає про вдалі приклади в інших містах України та світу, які можна наслідувати» [45]. Оскільки всі три засновниці мали досвід у створенні розслідувальних матеріалів, стає зрозумілим бажання журналісток не лише констатувати певну проблему, а й за допомогою своїх матеріалів вносити певний «імпакт» у можливе її розв'язання. Це пояснює поєднання принципів розслідувальної журналістики із журналістикою рішень у концепції медіа.

Прикладом поєднання цих двох напрямів є матеріали, що наразі публікують у медіа «SODA» в рамках проєкту Інституту висвітлення війни та миру (IWPR) «Посилення громадського контролю». В них журналісти медіа аналізують закупівлі місцевих державних органів та комунальних підприємств щодо можливого завищення цін у договорах. При цьому редакція не лише висвітлює можливі переоплати в електронних закупівлях, а й у випадках очевидних порушень намагається домогтися скасування держзамовлень, які аналізуються в матеріалах. За словами головної редакторки Катерини Рождественської, у разі виявлення очевидних серйозних завищень, редакція подає заяву до поліції з вимогою провести експертну оцінку цін в укладених договорах. Такі заяви попередньо складаються та узгоджуються разом із юристом медіа.

Такий підхід (поєднання розслідувальної журналістики із журналістикою рішень) дає змогу більш ефективно розв'язувати проблеми на локальному рівні, насамперед у прифронтовому місті, де таких проблем існує дуже багато. На етапі ідентифікації проблеми та збору інформації застосовуються методи журналістського розслідування, а в самому тексті реалізується модель журналістики рішень: пропонуються способи подолання виявлених проблем та відстежується шлях їх розв'язання. У такий спосіб, відбувається перехід регіональної журналістики від інформування громади до ініціювання конкретних змін.

Журналістські матеріали, які публікують у рубриці «Рішення», часто стають каталізаторами змін у Запоріжжі та регіоні. Так, наприклад, у матеріалі «ЕкоЗагроза та сміття: стихійні сміттєзвалища Тернуватської громади та що з ними робити» за лютий 2025 р. йдеться про п'ять стихійних сміттєзвалищ, які виникли на території Тернуватської громади області [14]. Авторка тексту Анна Левенцова особисто відвідала кожне зі звалищ та надіслала скаргу до Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів через додаток «ЕкоЗагроза». До того ж журналістка описала конкретний механізм, як кожен може подати скаргу щодо таких випадків. Уже за два місяці, а саме у квітні 2025 року, у медіа вийшов матеріал «SODA проти сміття: ліквідація несанкціонованих сміттєзвалищ» [13], де журналістка продемонструвала результати звернення до Міністерства захисту довкілля: більшість звалищ або ліквідували, або їхнє усунення було вже в процесі на момент написання матеріалу.

Такі приклади дають підстави стверджувати, що онлайн-медіа «SODA» виходить за межі класичного інформування та висвітлення новин. Оскільки видання у своїй редакційній політиці спирається на модель журналістики рішень, це дає змогу реалізувати комплекс суспільно важливих функцій та впливати на життя Запоріжжя та регіону. Поряд із традиційною інформаційною функцією, велике значення у медіастратегії «SODA» мають функції суспільної організації, громадського контролю та краудсорсингу.

Функція суспільної організації полягає у здатності матеріалів медіа бути інструментом мобілізації містян задля вирішення певної проблеми міста. Матеріали «SODA» формують навколо висвітлюваної проблеми простір для конструктивного діалогу. Це об'єднання мешканців Запоріжжя відбувається як у віртуальному просторі (завдяки дискусіям, обміну досвідом та координації дій у коментарях на сторінках соціальних мереж медіа), так і в офлайн-середовищі. Так, наприклад, редакція «SODA» активно висвітлює дискусію між міською владою та запорізькими активістами щодо ситуації, яка склалася навколо скверу Тарасова. Сам сквер із 2008 року перебуває в оренді

місцевої фірми, яка планує побудувати на його місці торгівельний центр. Запорізькі активісти активно перешкоджають цим спробам, адже це матиме великий вплив на екосистему міста, у якому бракує зелених зон. Журналісти «SODA» активно висвітлюють судовий процес щодо повернення скверу Тарасова на баланс міста, аналізують у матеріалах загрози, що можуть виникнути внаслідок його забудови тощо. У такий спосіб матеріали медіа стають певним каталізатором єднання активної громади Запоріжжя навколо ідеї збереження зелених зон міста.

Функція громадського контролю є критично важливою для доведення результативності журналістської діяльності. У медіа «SODA» ця функція виявляється в системному моніторингу закупівель органів влади Запоріжжя, ідентифікації причин та наслідків упровадження певних рішень Запорізькою міською радою тощо. Так, з березня по червень 2025 року редакція «SODA» у рамках проєкту «Реальна відбудова: Аналізуємо відновлені об'єкти Запоріжжя» провела моніторинг 9 об'єктів у місті щодо відкритості процедур, безбар'єрності, дотримання принципів енергоефективності та доцільності використання бюджетних коштів [37]. Для цього оглянули підземні навчальні заклади, молодіжний центр та житловий будинок, який постраждав від російського обстрілу.

Під час моніторингу журналісти медіа виявили деякі порушення. Зокрема, у матеріалі «Укриття гімназії №92: ремонт, навчання та нові умови» згадується про те, що спуск до новооблаштованого сховища у гімназії №92 був встановлений без урахування потреб маломобільних груп населення. За підсумком матеріалу редакція надіслала звернення до Уповноваженого з прав дитини з приводу цього питання. Пізніше, у замітці «За заявою SODA Омбудсмен відкрив провадження через можливі порушення безбар'єрності в укритті гімназії №92» редакція повідомила, що після їхнього звернення було відкрито провадження щодо порушення прав і свобод людини і громадянина [15].

Функція краудсорсингу стає сполучною ланкою між виявленою потребою громади та пошуком людських або матеріальних ресурсів для її вирішення. Оскільки контент «SODA» орієнтується на проактивну аудиторію, часто медіа намагається залучати читачів до організованих медіа заходів, лекцій тощо. Так, у березні цього року редакція, спільно з громадською організацією «Екосенс», організувала толоку з очищення берегу річки Суха. Такі заходи не лише корисні для екосистеми міста, а й мають потенціал формувати активну спільноту читачів навколо медіа, які будуть готові адвокувати певні рішення на місцевому рівні.

Отже, аналіз діяльності та структури онлайн-медіа «SODA» дає підстави стверджувати, що журналістика рішень посідає центральне місце в редакційній політиці медіа та визначає основні принципи його функціонування. Особливістю контент-стратегії онлайн-медіа «SODA» є концепція «ЖР²», яка поєднує журналістику рішень і журналістику розслідувань. У межах цієї моделі розслідувальні методи використовуються задля виявлення та дослідження проблем, тоді як журналістика рішень спрямована на пошук успішних практик, формування конструктивного суспільного діалогу та стимулювання позитивних змін. Тематичні напрями діяльності медіа також відповідають принципам журналістики рішень, оскільки орієнтовані на висвітлення локальних проблем, громадських ініціатив та прикладів успішних трансформацій.

Таким чином, журналістика рішень у діяльності «SODA» є провідною редакційною моделлю, що визначає місію медіа, його тематичні пріоритети, жанрову структуру та механізми взаємодії з аудиторією.

2.2 Основні принципи створення контенту й етапи підготовки авторських матеріалів

Під час роботи в онлайн-медіа «SODA» автором кваліфікаційної роботи бакалавра було підготовлено та опубліковано на сайті та в соціальних мережах

8 матеріалів, в яких реалізується концепція журналістики рішень (див. Додаток В). Власний досвід упровадження моделі журналістики рішень в локальному онлайн-медіа прифронтового міста дає змогу узагальнити принципи створення такого контенту, охарактеризувати основні етапи роботи та сформулювати рекомендації для журналістів регіональних ЗМІ, які прагнуть застосовувати цей підхід у своїй практичній діяльності.

Під час написання матеріалів головним орієнтиром стають журналістські професійні стандарти, як-от: достовірність інформації та ретельна перевірка фактів, відокремлення фактів від коментарів, баланс думок і точок зору, точність і повнота інформації. Дотримуватись стандарту балансу думок дають змогу коментарі експертів та представників влади, досягти стандарту достовірності допомагає використання надійних джерел. При цьому вимога оперативності не є пріоритетною, оскільки журналістика рішень не має на меті повідомлення новин.

Орієнтирами в роботі залишаються також етичні принципи журналістської діяльності, насамперед принцип соціальної відповідальності, а також принципи об'єктивності та неупередженості, доброчесності та сумлінності, громадянськості. Модель журналістики рішень демонструє високий рівень результативності, а в поєднанні з функцією громадського контролю за діями місцевої влади це гарантує й дотримання принципу соціальної відповідальності – не лише під час написання твору, а й після його публікації, у практичній площині. Завдяки тим ідеям і рішенням, які вдалось успішно втілити в життя, забезпечується добробут місцевих мешканців, а їх активізація, спонукання до виявлення громадянської позиції та залучення до спільного розв'язання проблем сприяють реалізації принципу громадянськості.

Усі матеріали можна класифікувати за тими принципами, що анонсовані на сайті «SODA»: «Проблемопедія Запоріжжя» (аналітичні матеріали щодо проблем Запоріжжя та можливих шляхів їх подолання) та «Рушії змін» (історії запорізьких активістів та громадських діячів, які намагаються змінити місто

на краще). Хоча матеріали обох типів мають дещо спільне на етапі підготовки та поширення, у такому поділі є свій сенс.

Матеріали «Проблемопедії Запоріжжя» фокусуються на аналізі конкретних проблем міста. Це можуть бути як негативні тенденції у певній галузі життя (транспортна система, бюджетні дотації, міська інфраструктура), так і вузькоспрямовані, локальні теми (вигул домашніх улюбленців, стан інфраструктури для людей із порушенням зору тощо). Процес обрання та узгодження тем матеріалів завжди проходить під керівництвом головної редакторки.

Після обрання об'єкта уваги та формулювання проблеми першим етапом над створенням матеріалу стає ознайомлення з теоретичною базою джерел. Це можуть бути законодавчі норми, рішення міської ради або обласної адміністрації, наукові дослідження з певної тематики, матеріали у ЗМІ тощо. Так, наприклад, для написання статті «Крихка інклюзивність: що не так із тактильною плиткою на проспекті Соборному» [25] довелося ознайомитися із Державними будівельними нормами у сфері безбар'єрної інфраструктури. Це допомогло детальніше вивчити специфіку укладання тактильного покриття та його характеристик, порівняти відповідність укладання тактильної плитки в Запоріжжі прийнятим стандартам. У самому ж матеріалі також були згадані норми щодо потрібних параметрів плитки з метою ознайомлення читачів із цією проблематикою.

Часто на цьому етапі виявляється недостатньо інформації з відкритих джерел – вона може бути неповна або взагалі відсутня у відкритому доступі. Для цього доводиться звертатися до державних органів та комунальних підприємств із запитом на доступ до публічної інформації. Так, під час роботи над статтею «Приватні» парковки біля закладів: що каже закон і хто має контролювати ситуацію в Запоріжжі» [21] довелося звертатися одразу до декількох органів міської влади, комунальних підприємств, а також до правоохоронних органів з приводу надання інформації щодо кількості виданих

у Запоріжжі дозволів на встановлення дорожніх знаків для приватного паркування біля комерційних закладів міста.

Наступним етапом роботи над матеріалом є так зване «польове» дослідження. Під час цього етапу проводиться власне спостереження чи огляд об'єкту. Такий підхід використовується не завжди, адже потреба в цьому виникає в залежності від проблеми, що висвітлюється в тексті. Так, наприклад, під час підготовки статті «Крихка інклюзивність: що не так із тактильною плиткою на проспекті Соборному» [25] було здійснено виїзд на локації, на яких тактильне покриття було в незадовільному стані. При цьому огляд проводився разом із запрошеним експертом із безбар'єрності.

Наступним етапом роботи над матеріалом є саме залучення експертів та отримання їх коментарів. Це здебільшого проходить двома способами – або у форматі телефонної розмови, або під час листування з експертом. Отримання інформації від фахової людини для подальшого використання її коментаря у медіатексті проводиться з кількох причин. По-перше, це допомагає повною мірою розкрити описувану проблему. Адже журналістам не завжди вистачає фахових знань для аналізу певної проблеми. По-друге, експерти часто можуть надати власне бачення вирішення проблеми, з урахуванням локального контексту.

Прикладом реалізації такої стратегії є матеріал «Бути чи не бути: які перспективи має безкоштовний проїзд у комунальному транспорті Запоріжжя» [22]. Коментар було отримано у виконавчої директорки громадської організації «Спільно HUB» Тетяни Воскобойнікової. Ця ГО із 2016 року займається проведенням досліджень щодо розвитку урбаністики та інфраструктури Запоріжжя, а тому її керівниця є експертом у цій галузі. У своєму коментарі Тетяна Воскобойнікова критикує варіант запровадження безкоштовного проїзду в усьому комунальному транспорті. Натомість вона пропонує застосовувати адресні пільги для вразливих груп населення через систему електронного квитка. На її думку, таке рішення дозволить точніше

обліковувати пасажиропотік, контролювати фінанси та гнучко налаштовувати підтримку.

На наступному етапі роботи досліджується досвід інших українських чи європейських міст – з метою пошуку потенційних шляхів подолання проблеми. Це допомагає проаналізувати помилки, яких припускались під час розв’язання схожої проблеми в інших країнах та регіонах, порівняти невдалі рішення зі спробами, які впроваджували у Запоріжжі, та віднайти оптимальний варіант із урахуванням локального контексту.

Так, у матеріалі «Вигул песиків у Запоріжжі: від нормативів до реальних рішень» аналізується проблема нестачі спеціально відведених місць для вигулу домашніх тварин у Запоріжжі [23]. Як варіант розв’язання цієї проблеми наводиться кейс Львова. В цьому місті, на момент написання матеріалу, існувало 50 майданчиків для вигулу домашніх тварин. Більшість із них – це відокремлені місця у громадських парках по всьому місту. Завдяки такій ідеї місцевій владі не довелось виділяти значні бюджетні кошти для облаштування великої кількості окремих майданчиків з нуля, хоча й такі тяж є. У матеріалі згадується три тренувально-вигульні простори, які функціонують у місті. Вони поділені на зони для собак малих порід та великих та обладнані спеціальними зонами для вигулу та доглядом за домашніми тваринами. У матеріалі «Фестивальна: чому центральна площа в такому стані та чи є плани на зміни» як вдалі приклади облаштування центральних площ міста згадуються кейси таких європейських столиць, як Копенгаген, Осло та Мадрид [28].

Фінальним етапом роботи стає систематизація всієї отриманої інформації та створення вербального та візуального контенту. Цей процес містить кілька складових. По-перше, це застосування принципу сторітелінгу під час формування ідеї та написання тексту. По-друге, це переведення експертного коментаря у текстовий формат, якщо розмова з фахівцем відбувалась у форматі телефонної розмови. По-третє, це робота над візуальним контентом. На цьому етапі добираються ілюстрації (самостійно

зроблені фотографії або запозичені з відкритих джерел, графічні візуалізації – мапа або інфографіка). Також розробляється обкладинка для матеріалу. Важливою складовою є оформлення всіх ілюстрацій та обкладинки відповідно до унікального дизайн-коду медіа «SODA». Задля цього у візуальних елементах додаються рожеві елементи та логотип медіа. По-четверте, це оформлення гіперпосилань на першоджерела в тексті. Це робиться задля надання читачам змоги самостійно верифікувати подану в матеріалі інформацію.

Обсяг матеріалу здебільшого становить близько 7000-9000 символів. Після завершення роботи над текстом він проходить етап редагування: головна редакторка приділяє увагу таким аспектам як фактологічність, структурна стрункість, стилістична й орфографічна правильність. За необхідності в текст вносяться правки. Після цього SMM-спеціаліст та дизайнер медіа готують матеріал до публікації в соціальних мережах медіа. Завершальним етапом роботи стає публікація матеріалу на сайті медіа та на сторінках «SODA» у соціальних платформах.

Підготовка матеріалу для розділу «Рушії зміни» відрізняється від текстів «Проблемопедія Запоріжжя». У «Рушіях змін» розповідається про громадські ініціативи, організації та активістів, які намагаються впроваджувати зміни у певних сферах життя міста. Такі матеріали переважно готують у жанрі інтерв'ю з елементами сторітелінгу. Тому написання таких текстів вимагає іншої підготовки.

Першим етапом підготовки є обрання героя інтерв'ю. Це може бути розповідь як про громадську організацію чи ініціативу, так і про одного активіста. Під час пошуку об'єкта інтерв'ю до уваги береться його діяльність, сфера, в якій впроваджуються зміни, та системність цієї діяльності. Часом запорізькі громадські активісти самі звертаються до редакції «SODA» із пропозицією висвітлити їхню діяльність.

Після обрання об'єкта матеріалу наступним етапом є дослідження його громадської діяльності. Аналіз історії об'єкта, специфіки сфери його роботи

та впроваджених рішень формують ширший контекст для подальшого написання матеріалу. Для цього досліджуються соціальні мережі об'єкта та публікації про нього у ЗМІ. Завдяки отриманій інформації вдається підготувати питання для подальшого інтерв'ю.

Етап спілкування з об'єктом матеріалу проходить у два способи: або під час очної зустрічі, або у форматі телефонної розмови. Це залежить від зайнятості об'єкта інтерв'ю та його географічного розташування. Так, для створення інтерв'ю «Допомога під ворожим вогнем: як «Жіночі серця Зарічного» підтримують мешканців Комишуваської громади» [24] спілкування із засновницею організації «Жіночі серця Зарічного» Вікторією Палегою відбувалось у режимі телефонної розмови. Причиною стало те, що засновниця організації на момент написання матеріалу перебувала в Комишуваській громаді та не мала змоги приїхати на інтерв'ю.

Іншим прикладом є інтерв'ю «Микола Ралик: 20 років боротьби з амброзією», де розповідається історія запорізького екоактивіста Миколи Ралика, який із 2004 року займається адвокаційною кампанією щодо боротьби з амброзією в Запоріжжі [26]. Інтерв'ю з активістом проводилося на місці його роботи та тривало близько години.

Також спілкування з об'єктом матеріалу може відбуватись на місці безпосередньої роботи героя над вирішенням певної проблеми. Такий варіант було обрано в інтерв'ю «Разом на шляху відновлення: як мобільний «Рубікон Hub» допомагає у реабілітації ветеранам» [27]. Тут йдеться про проєкт запорізького благодійного фонду «Рубікон волі» під назвою «Мобільний «Рубікон HUB»». У рамках ініціативи команда фонду щотижня відвідує лікарні Запоріжжя, де проходять реабілітацію поранені українські військові. Під час таких виїздів члени фонду надають захисникам юридичні, психологічні та реабілітаційні консультації. Зустрічі з командою фонду «Рубікон волі» відбулись під час виїзду до двох лікарень Запоріжжя. Там герої детальніше розповіли про ініціативу «Рубікон HUB», про виклики, з якими вони стикаються, та про особливості реабілітації військовослужбовців у Запоріжжі.

Також на місці вдалося поспілкуватись із військовими, які зверталися за консультаціями до команди «Рубікону волі». В одній із лікарень взяли коментар у фахівчині супроводу поранених військових. Все це дало змогу сформуванню загального уявлення щодо стану сфери реабілітації військових.

Після спілкування з героєм матеріалу проходить процес розшифрування інтерв'ю. Оскільки спілкування завжди записується на диктофон, воно потребує транскрибування – переводу з аудіоформату в текстовий формат.

У процесі написання матеріалу можна виокремити декілька етапів. По-перше, це робота над наративною стратегією майбутнього тексту. Здебільшого тут враховуються такі елементи: окреслення проблеми та її масштаб; знайомство із ініціативою або активістом та їх історією; висвітлення конкретних дій та впроваджених рішень; обмеження, які виникають на шляху до впровадження певних рішень. По-друге, це робота над візуальним контентом для матеріалу. Це можуть бути як самостійно зроблені фотографії, так і надані героєм матеріалу.

Усі наступні етапи роботи над матеріалом не відрізняються від текстів розділу «Проблемопедія Запоріжжя», а саме: етап редагування, перевірка головною редакторкою та підготовка публікації матеріалу в соціальних мережах медіа SMM-спеціалістом та дизайнером.

Після публікації матеріалів неодноразово траплялися випадки позитивних зрушень щодо розв'язання певної проблеми в Запоріжжі. Наприклад, стаття «Крихка інклюзивність: що не так із тактильною плиткою на проспекті Соборному» [25] стала досить результативною. Під час написання тексту було надіслано запит на доступ до публічної інформації до КП «ЕЛУАШ» з приводу обізнаності комунального підприємства щодо незадовільного стану тактильної плитки. У ньому ставилось питання, чи проводило підприємство обстеження плитки на зазначених адресах та чи зверталось до фірми-виконавця із вимогою замінити плитку.

Вже після публікації матеріалу КП «ЕЛУАШ» надіслало відповідь, у якій зазначалося, що вони провели обстеження та виявили пошкодження

плитки. Однак до фірми-виконавця робіт не зверталися, адже саму плитку замовляли окремо. Пізніше, на платформі електронних закупівель «Prozorro» вдалося знайти замовлення на придбання тактильної плитки для подальшого вкладання. Після цього до КП «ЕЛУАШ» було надіслано запит на доступ до публічної інформації із запитанням, чи зверталось підприємство до компанії, яка постачала плитку, з приводу заміни пошкодженої плитки.

За кілька днів надійшла відповідь, що внаслідок звернення редакції вони подали запит до фірми-постачальника плитки. Там зобов'язалися поставити нову плитку, причому за свій рахунок. Про це було повідомлено в окремій замітці «Неякісну тактильну плитку на проспекті Соборному планують замінити за кошти постачальника». Всі ці зусилля мали вдалий результат – плитку замінили.

Отже, під час роботи в онлайн-медіа «SODA» ми спирались на професійні журналістські стандарти, насамперед, достовірність інформації, відокремлення фактів від коментарів, баланс думок, повнота інформації тощо. Дотримуватися стандарту балансу думок вдається завдяки коментарям експертів та представників влади, досягти стандарту достовірності допомагає використання надійних джерел.

Етапи роботи над створенням власних текстів моделі журналістики рішень мали певні розбіжності залежно від тематичного розділу. Робота над медіатекстами розділу «Проблемопедія Запоріжжя» засвідчила необхідність ґрунтовної теоретичної підготовки, як-от: ознайомлення із законодавчими нормами, залучення профільних експертів та аналіз досвіду інших міст, що можна адаптувати до місцевих реалій.

Матеріали розділу «Рушії змін» про успішні кейси громадських організацій та активістів продемонстрували, наскільки важливою є роль громадського сектору в умовах прифронтового регіону. Висвітлення діяльності громадських організацій та активістів допомогло визначити проблематику конкретних сфер життя міста (допомога ветеранам, підтримка мешканців прифронтових міст тощо) та відстежити позитивні та негативні

тенденції у них. Важливим компонентом роботи став процес збору інформації: надсилання офіційних запитів, ознайомлення із публікаціями у ЗМІ, моніторинг соціальних мереж, проведення «польових» інспекцій разом із фахівцями.

Найважливішим результатом проєкту стало те, що опубліковані матеріали вийшли за межі звичайного інформування про проблеми. Вони дали аудиторії конкретні інструкції та алгоритми дій, перетворились на інструмент реальних змін. Те, що після виходу публікацій зафіксовані інфраструктурні проблеми в місті та області дійсно вдалось подолати, підтверджує: журналістика рішень є дієвою силою, яка здатна покращувати життя громади та змушувати відповідальні органи працювати ефективніше.

ВИСНОВКИ

У сучасному медіапросторі відбуваються зрушення, спричинені потребою пошуку нових напрямів розвитку журналістики, на тлі тотальної міграції аудиторії в інтернет-простір, падіння рівня її довіри до традиційних ЗМІ та спричинених повномасштабною війною проблем розвитку журналістики, насамперед на регіональному рівні. Зважаючи на ці процеси, професійні журналісти шукають нові способи створення якісного контенту, спроможного задовольнити сучасні інформаційні потреби аудиторії.

Журналістика рішень є одним із найбільш перспективних напрямів розвитку сучасних регіональних медіа в Україні. В умовах повномасштабної війни, постійного інформаційного перевантаження аудиторії та зростання запиту читачів на практичну й корисну інформацію локальні редакції дедалі більше відходять від традиційного формату висвітлення подій, що зосереджується переважно на проблемах і конфліктах. Ті локальні медіа, які не лише повідомляють читачам про негативні події, а й надають приклади дієвих рішень, успішних практик та алгоритмів дій у кризових ситуаціях, мають більше шансів утримати увагу аудиторії.

Одним із перспективних шляхів трансформації контенту локальних медіа є напрям Solution journalism, який відрізняється від традиційної моделі тим, що зосереджується не тільки на описі проблем, а й на конкретних діях, які вже були зроблені для їх вирішення, а також на аналізі результатів цих дій. Журналістика рішень уникає поверховості, емоційності та однобічності подання інформації, натомість пропонує комплексний, об'єктивний і структурований підхід до висвітлення суспільно важливих тем. Це дозволяє аудиторії не лише отримувати інформацію, а й бачити приклади для наслідування, відчувати причетність до змін та знаходити мотивацію для власної діяльності. Саме тому журналістика рішень поступово стає важливим інструментом підтримки громад, формування довіри до медіа та стимулювання суспільної активності.

Журналістика рішень – це не лише новий тренд, а й реакція на глибинні трансформації в суспільстві та медіапросторі України. Вона сприяє розвитку культури конструктивного споживання інформації, формує нові стандарти журналістської етики та професіоналізму, а також відкриває нові можливості для взаємодії між медіа, суспільством та кожною людиною. Її впровадження дає змогу не тільки інформувати, а й надихати, не тільки діагностувати проблеми, а й пропонувати рецепти для їх вирішення, не тільки відображати дійсність, а й формувати її у напрямі позитивних змін.

Запорізьке онлайн-медіа «SODA» є прикладом регіонального медіа, який втілює принципи журналістики рішень, зосередженої на пошуку конструктивних способів розв’язання проблем прифронтового міста. Засноване у 2023 році трьома запорізькими журналістками, медіа швидко посіло своє місце в регіональному інформаційному просторі, завдяки інформаційно-аналітичному контенту, орієнтованому на зміни.

Одним з головних пріоритетів медіа є фокус на суспільно важливих темах, актуальних для запорізького регіону: екологія, війна, культура, міська інфраструктура, громадська активність, а також історії успіху, що спонукають спільноту до дій та до громадянської активності. Журналісти медіа дотримуються журналістських стандартів, етичних норм, проводять ретельну перевірку фактів, що зміцнює довіру до їх матеріалів.

Специфіку контент-стратегії онлайн-медіа «SODA» визначає застосування таких підходів журналістики рішень: роз’яснення сутності проблеми з аналізом причин її виникнення та наслідків; висвітлення кейсів подолання проблем, з урахуванням як позитивного, так і негативного досвіду; наведення прикладів розв’язання проблем в інших регіонах України та Європи; надання порад місцевій аудиторії, яка може перейняти запропоновані практики; наведення доказів ефективності або неефективності рішень. Усе це дає змогу не лише ідентифікувати проблеми, а й формувати свідоме, активне громадянське суспільство.

Власний творчий проєкт складається із добірки з 8 матеріалів моделі журналістики рішень, опублікованих в онлайн-медіа «SODA» в період із 2024 по 2026 роки.

Етапи роботи над створенням власних текстів моделі журналістики рішень мали певні розбіжності залежно від тематичного розділу. Робота над медіатекстами розділу «Проблемопедія Запоріжжя» засвідчила необхідність ґрунтовної теоретичної підготовки, як-от: ознайомлення із законодавчими нормами, залучення профільних експертів та аналіз досвіду інших міст, що можна адаптувати до місцевих реалій.

Матеріали розділу «Рушії змін» про успішні кейси громадських організацій та активістів продемонстрували, наскільки важливою є роль громадського сектору в умовах прифронтового регіону. Висвітлення діяльності громадських організацій та активістів допомогло визначити проблематику конкретних сфер життя міста (допомога ветеранам, підтримка мешканців прифронтових міст тощо) та відстежити позитивні та негативні тенденції у них. Важливим компонентом роботи став процес збору інформації: надсилання офіційних запитів, ознайомлення із публікаціями у ЗМІ, моніторинг соціальних мереж, проведення «польових» інспекцій разом із фахівцями.

Найважливішим результатом проєкту стало те, що опубліковані матеріали вийшли за межі звичайного інформування про проблеми. Вони дали аудиторії конкретні інструкції та алгоритми дій, перетворились на інструмент реальних змін.

Те, що після виходу публікацій зафіксовані інфраструктурні проблеми в місті та області дійсно вдалось подолати, підтверджує: журналістика рішень є дієвою силою, яка здатна покращувати життя громади та змушувати відповідальні органи працювати ефективніше. Власний досвід створення матеріалів засвідчив, що журналістика рішень може бути ефективним інструментом впливу на локальні процеси та сприяти реальним змінам у громаді.

З огляду на результати проведеного дослідження, з урахуванням власного досвіду підготовки матеріалів для онлайн-медіа «SODA» можна сформулювати такі рекомендації для журналістів, які прагнуть впроваджувати модель журналістики рішень на регіональному рівні: регулярно проводити моніторинг соціальних мереж та публікацій локальних медіа свого регіону з метою ідентифікації актуальних питань і тих тем, які стають резонансними в громаді; зосереджувати увагу на проблемах, що є нагальними саме в цьому регіоні; уникати поверхового розгляду проблем, утримуватись від констатації факту існування проблеми, натомість зосереджувати увагу на пошуку можливих шляхів її розв'язання; не вдаватись до маніпуляцій, висвітлюючи лише позитивні приклади, не ігнорувати невдач та неефективних рішень – це допоможе уникнути повторення помилок у майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушків В. Робота редакцій і журналістів регіональних медіа у сучасних умовах. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74). № 3. Ч. 2. С. 156–162.
2. Бакаєвич Я. Журналістика рішень у нових медіа: специфіка контенту та способів просування. *Журналістика в системі соціокомунікаційної діяльності*. 2024. Вип. 3 (46). С. 40–60. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50296/1/Y_Bakaievych_Obraz_4_46_2024_FZH.pdf (Дата звернення: 19.02.2026)
3. Бакаєвич Я. Журналістика рішень: особливості створення матеріалів та їх просування. *Інтегровані комунікації*. 2024. № 1 (17). С. 145–151.
4. Бакаєвич Я., Кузнецова Т. Журналістика рішень як новий підхід у медіакомунікації: проблеми категоріального визначення. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). С. 225–231.
5. Василецький М. Вплив цифрових платформ на розвиток і функціонування регіональних медіа України в контексті реформ децентралізації та технологічної модернізації. *Вісник Книжкової палати*. 2024. № 10. С. 14–20.
6. Гондюл О. Соціальна відповідальність медіа як ефективний результат журналістики рішень. *Інтегровані комунікації*. 2019. Вип. 2 (8). С. 14–24.
7. Гончаренко Є. Відсутність грантової підтримки як загроза незалежності регіональних медіа від місцевих органів влади. *Матеріали XXII Міжнародної наукової конференції «Ольвійський форум – 2025: стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі»*, Миколаїв, Україна, 16–22 черв. 2025. Миколаїв : ЧНУ Видавництво, 2025. С. 33–35.
8. Гончаренко Є. Проблеми розвитку регіональних ЗМІ в умовах війни в Україні. *Politicus*. 2024. Вип. № 4. С. 43–50.

9. Дейчаківська С. Сортуй розумно. Як соціальне підприємство допомагає Франківську сортувати сміття. *Куфер*. 20.08.2019 URL: <https://kufer.media/gajdy/sortuj-rozumno-yak-sotsialne-pidpryyemstvo-dopomagaye-frankivsku-sortuvaty-smittyu/> (дата звернення: 09.02.2026)

10. Житнікова А. Комунікаційний потенціал журналістики рішень в Україні. *Діалог: медіастудії*. 2022. Вип. 28. С. 60–67.

11. За 10 місяців війни Росія вчинила 467 злочинів проти журналістів та медіа в Україні. *Інститут масової інформації*. 19.12.2022. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/za-desyat-misyatsiv-vijny-rosiya-vchynyla-466-zlochyniv-proty-zhurnalistiv-ta-media-v-ukrayini-i49704> (дата звернення: 07.02.2026)

12. Куфер. Онлайн-медіа. URL: <https://kufer.media/> (дата звернення: 15.02.2026)

13. Левенцова А. SODA проти сміття: ліквідація несанкціонованих сміттєзвалищ. *SODA*. 16.04.2025. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/rishennia/soda-proty-smittia-likvidatsiia-nesanktsionovanykh-smittiezvalyshch/> (дата звернення: 14.03.2026)

14. Левенцова А. ЕкоЗагроза та сміття: стихійні сміттєзвалища Тернуватської громади та що з ними робити. *SODA*. 28.02.2025. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/rishennia/ekozahroza-ta-smittia-stykhiini-smittiezvalyshcha-ternuvatskoi-hromady-ta-shcho-z-nymy-robyty/> (дата звернення: 15.03.2026)

15. Левенцова А. За заявою SODA Омбудсмен відкрив провадження через можливі порушення безбар'єрності в укрітті гімназії №92. *SODA*. 30.05.2025. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/rishennia/za-zaiavoiu-soda-ombudsmen-vidkryv-provazhennia-cherez-mozhlyvi-porushennia-bezbaryernosti-v-ukrytti-himnazii-%e2%84%9692/> (дата звернення: 17.03.2026)

16. Матвієнків С. Регіональні медіа: дефініція поняття та особливості функціонування в умовах російсько-української війни 2022 року. *Історичні,*

політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та правові аспекти : наукова монографія. Рига, Латвія : “Baltija Publishing”, 2022. С. 992–999.

17. Матичак Т., Марциновський А. Як писати про відновлення України у жанрі журналістики рішень : практичний посібник для журналістів. Київ : Інтерньюз-Україна, 2024. 27 с.

18. Махова К. Процес диджиталізації українських регіональних медіа під час повномасштабного російського вторгнення. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика*. 2025. № 264. С. 264–273.

19. Пліс В. Як залишатися in touch зі своєю аудиторією. *Накупіло. Освіта*. 11.03.2023. URL: <https://osvita.nakupilo.ua/yak-zalyshatysya-in-touch-zi-svoeyu-audytoriyeu/> (Дата звернення: 19.03.2026).

20. Перший криворізький. Онлайн-медіа URL: <https://1kr.ua/ua> (дата звернення: 08.02.2026).

21. Пугач Р. «Приватні» парковки біля закладів: що каже закон і хто має контролювати ситуацію в Запоріжжі. *SODA*. 16.09.2025. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/pryvatni-parkovky-bilia-zakladiv-shcho-kazhe-zakon-i-khto-maie-kontroliuvaty-sytuatsiiu-v-zaporizhzhii/> (дата звернення: 17. 03. 2026).

22. Пугач Р. Бути чи не бути: які перспективи має безкоштовний проїзд у комунальному транспорті Запоріжжя. *SODA*. 04.05.2026. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/buty-chy-ne-buty-iaki-perspektyvy-maie-bezkoshtovnyi-proizd-u-komunalnomu-transporti-zaporizhzhia/> (дата звернення: 08.05.2026).

23. Пугач Р. Вигул песиків у Запоріжжі: від нормативів до реальних змін. *SODA*. 11.09.2024. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/vyhul-pesykiv-u-zaporizhzhii-vid-normatyviv-do-realnykh-rishen/> (дата звернення: 20.04.2026).

24. Пугач Р. Допомога під ворожим вогнем: як «Жіночі серця Зарічного» підтримують мешканців Комишуваської громади. *SODA*. 21.01.2025. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/dopomoha-pid-vorozhym-vohnem-iak-zhinochi->

sertsia-zarichnoho-pidtrymuiut-meshkantsiv-komyshuvaskoi-hromady/ (дата звернення: 21.03.2026).

25. Пугач Р. Крихка інклюзивність: що не так з тактильною плиткою на проспекті Соборному. *SODA*. 09.03.2026. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/krykhka-inkliuzyvnist-shcho-ne-tak-z-taktylnoi-ulytvoi-na-prospekti-sobornomu/> (дата звернення: 27.03.2026).

26. Пугач Р. Микола Ралик: 20 років боротьби з амброзією. *SODA*. 05.06.2024. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/mykola-ralyk-20-rokiv-borotby-z-ambroziieiu/> (дата звернення: 10.03.2026).

27. Пугач Р. Разом на шляху відновлення: як мобільний «Рубікон Hub» допомагає у реабілітації ветеранам. *SODA*. 09.10.2025. URL: <https://www.soda.zp.ua/special-projects/razom-na-shliakhu-vidnovlennia-iak-mobilnyi-rubikon-hub-dopomahaie-u-reabilitatsii-veteranam/> (дата звернення: 11.03.2026).

28. Пугач Р. Фестивальна – чому центральна площа в такому стані та чи є плани на зміни. *SODA*. 30.09.2024. URL: <https://www.soda.zp.ua/articles/festyvalna-chomu-tsentralna-ploshcha-v-takomu-stani-ta-iaki-planu-na-zminy/> (дата звернення: 12.03.2026).

29. Расулова О. Парки та зони відпочинку. Навіщо містам зелені зони та як їх правильно створювати. *Куфер*. 15.07.2021. URL: <https://kufer.media/misto/parky-ta-zony-vidpochynku-navishho-mistam-zeleni-zony-ta-yak-yih-pravylnno-stvoryuvaty/> (дата звернення: 15.02.2026).

30. Русиняк А. Регіональні медіа: специфіка понятійно-категоріального апарату. *Вісник Прикарпатського університету. Політологія*. 2018. № 12. С. 75–84.

31. Семенюта І. Запорізьке медіа SODA запустило сайт. *Детектор медіа*. 03.06.2024. URL: <https://detector.media/infospace/article/227737/2024-06-03-zaporizke-media-soda-zapustilo-sayt/> (дата звернення: 06.03.2026).

32. Слотюк Т. Концепція моделі solutions journalism: конотація, функції, особливості функціонування. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2021. Т. 50. С. 68–76.
33. Смагіна А. 10 гектарів нових дерев: як на Рівненщині активісти спільно з громадою відновлюють ліс. *Рубрика*. 11.07.2025. URL: <https://rubryka.com/article/vidnovlennya-lisu/> (дата звернення: 15.02.2026).
34. Стан українських регіональних медіа 2023 року. *Media Development Foundation*. 2023. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/2023.html> (дата звернення: 20.02.2026).
35. Стан українських регіональних медіа 2025 року. *Media Development Foundation*. 2025. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/#intro> (дата звернення: 25.02.2026).
36. Стеблина Н. Тематичні пріоритети українських регіональних видань: офіціоз та оголошення беруть гору? *Інститут демократії імені Пуліпа Орлика*. 19.06.2023. URL: <https://idpo.org.ua/reports/5324-tematichni-prioritetiukra%dl1%97nskix-regionalnix-vidan-oficioz-ta-ogoloshennya-berut-goru.html> (дата звернення: 03.02.2026).
37. Хорольська В. SODA презентувала результати моніторингу відбудованих об'єктів у Запоріжжі. *SODA*. 27.06.2025. URL: <https://www.soda.zp.ua/special-projects/soda-prezentovala-rezultaty-monitorynhu-vidbudovanykh-ob%ca%bciektiv-u-zaporizhzh/> (дата звернення: 24.04.2026).
38. Чернявська О., Змій Л. Розвиток регіональних ЗМК в Україні в умовах глобалізації комунікативного простору. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. 2013. № 1045. С. 126–133.
39. Шабанов М. Політико-технологічний вплив регіональних ЗМІ Одещини на аудиторію: динаміка змін у воєнний час. *Регіональні студії*. 2024. № 39. С. 63–67.

40. Як три місяці без американського фінансування вплинули на українську медіасферу. Опитування ІМІ. *Інститут масової інформації*. 05.06.2025. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/yak-try-misyatsi-bez-amerykansкого-finansuvannya-vplynuly-na-ukrayinsku-mediasferu-opytuvannya-imi-i68667> (дата звернення: 23.02.2026).

41. Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту : аналітичний звіт / [дослідницька група: Діана Дуцик, Анастасія Плис, Анастасія Сичова, Оксана Почапська, Ольга Юркова]. Київ : Український інститут медіа та комунікації, 2023. 68 с.

42. Karlsson, M., Hellekant Rowe, E. Local Journalism when the Journalists Leave Town. *Nordicom Review*. 2019. Vol. 40. Issue № 2. P.15–29.

43. McIntyre K. Constructive Journalism: The Effects of Positive Emotions and Solution Information in News Stories. (Doctoral dissertation) University of North Carolina at Chapel Hill. 2015. 176 p.

44. McIntyre K., Gyldensted C. Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production. *The Journal of Media Innovations*. 2017. № 4.2. P. 20–34.

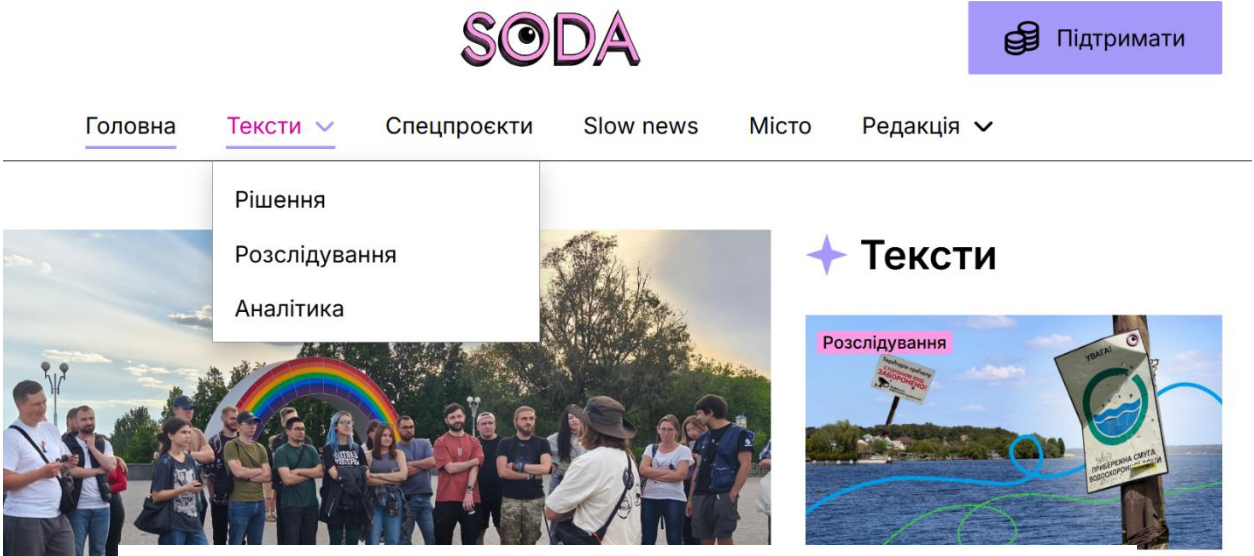
45. SODA. Онлайн-медіа. URL: <https://www.soda.zp.ua/>

46. Wenzel A., Gerson D., Moreno E. Engaging Communities Through Solutions Journalism. *Columbia Journalism Review*. 26.04.2016. URL: https://www.cjr.org/tow_center_reports/engaging_communities_through_solutions_journalism.php (дата звернення: 12.02.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А

Рубрикація онлайн-медіа «SODA»



Розслідування

В цій рубриці ми публікуємо розслідування, створені журналістами SODA або фрілансерами. Всі матеріали обов'язково проходять редактуру головної редакторки медіа.

Рішення

В цій рубриці ми публікуємо матеріали у форматі журналістики рішень. Не просто пишемо про проблеми, а шукаємо і пропонуємо шляхи їхнього вирішення. Також ця рубрика наповнюється текстами про вже позитивні чи негативні готові рішення, створені суспільством (громадськими чи благодійними організаціями, активістами або владними структурами)

Аналітика

Рубрика наповнюється текстами про судові справи, тендери, декларації тощо. Це матеріали, які вже не поставиш у Slow News, але і до Розслідувань ще не дотягують.

Slow News

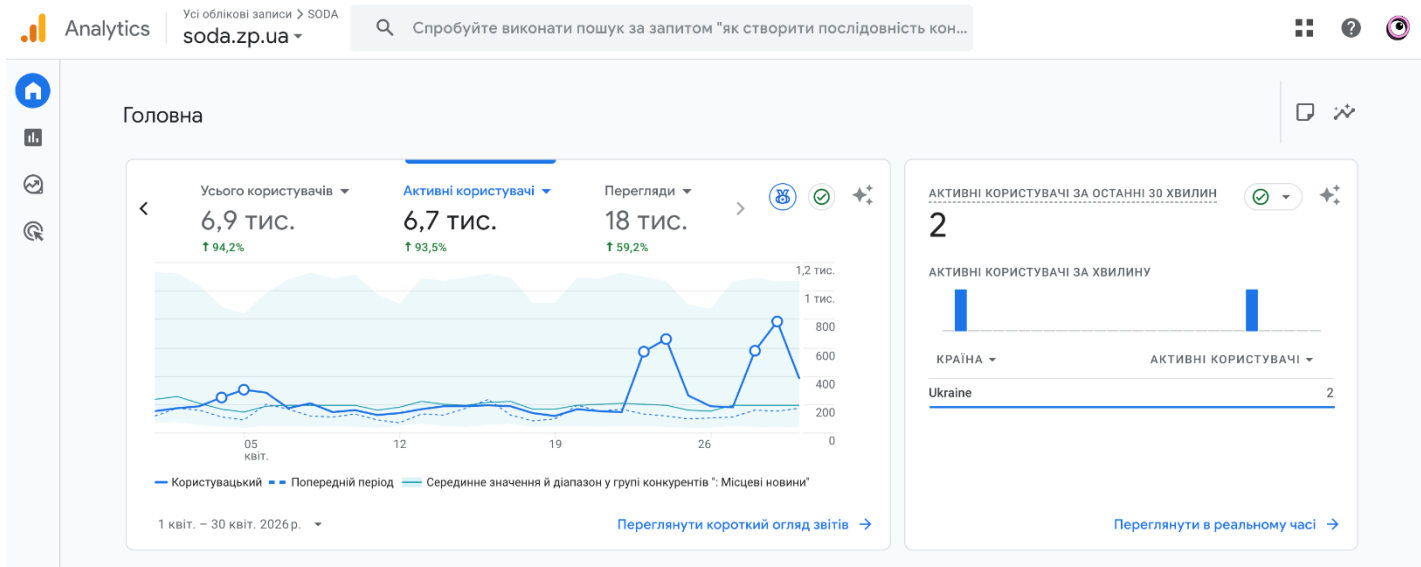
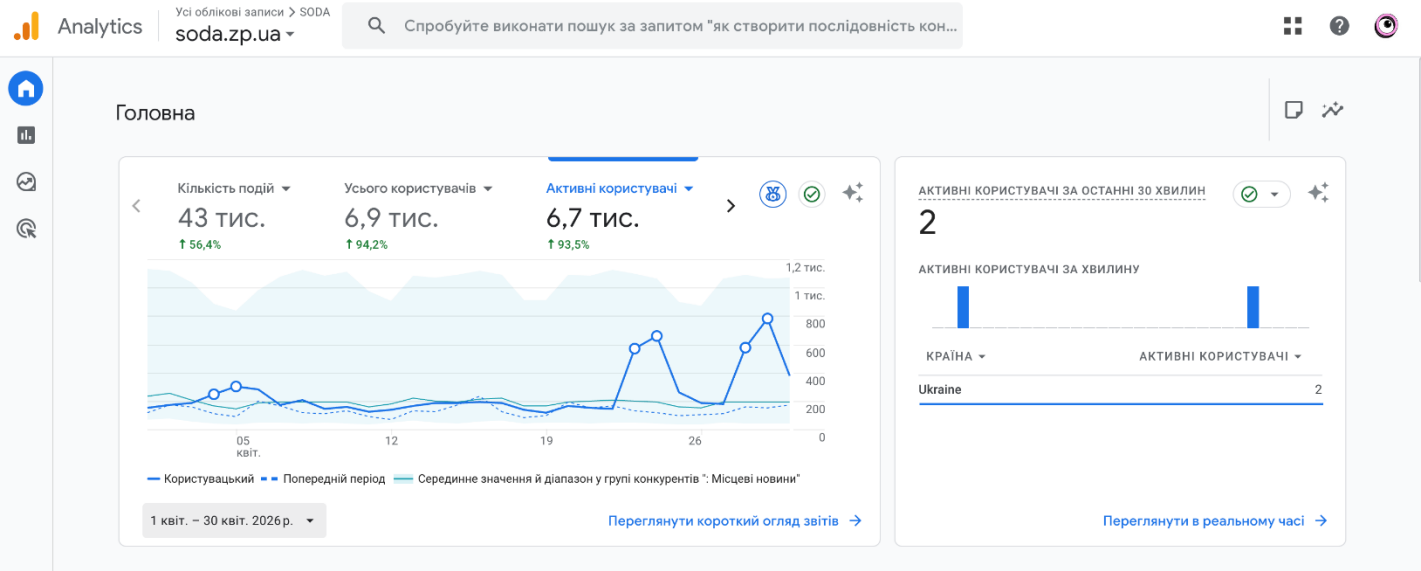
Рубрика, яка наповнюється різними новинами. Як розширеними, з додаванням коментарів експертів чи учасників подій, так і простими, цікави та корисними анонсами різних суспільних ініціатив.

Місто

В цій рубриці ми гуляємо Запоріжжям, знайомимося з його мешканцями та дізнаємося більше про наше рідне, любе місто.

Додаток Б

Статистика переглядів публікацій на сайті онлайн-медіа «SODA»



Q

SODA

Підтримати

ГоловнаТексти▼СпецпроектиSlow newsМістоРедакція▼

ГоловнаТексти

Фестивальна: чому центральна площа в такому стані та чи є плани на зміни

30.09.2024 | 14:40 | 8 хвилин на читання

Рисунки



Центральна площа міста має бути просторою та функціональною, зручною в плані інфраструктури, доступною для мешканців. Та запорізька ж центральна площа Фестивальна під цей опис, на жаль, не підпадає.

Здавалося б, це головний майданчик для масових заходів в Запоріжжі, так ще й розташовується навпроти обласної адміністрації, однак плитка місцями відпадає, єдиний фонтан в неробочому стані, а сквер навколо площі не доглянутий.

Як так сталося, що головна площа міста зараз у такому стані, детальніше в матеріалі

Q

SODA

Підтримати

ГоловнаТексти▼СпецпроектиSlow newsМістоРедакція▼

ГоловнаТексти

Вигул песиків у Запоріжжі: від нормативів до реальних рішень

11.09.2024 | 12:12 | 5 хвилин на читання

Рисунки



У наших матеріалах ми нерідко торкаємось тем, які стосуються комфортного життя для всіх запоріжців: чисте повітря, інклюзивний простір, якісна інфраструктура тощо. Та не варто забувати про ще одну важливу частину суспільства, що заслуговує уваги — чотирилапі улюбленці, а особливо собаки (хоча не рідко на вулицях можна побачити і котиків на повідку).

Вигул песиків має бути комфортним для тварин і господарів, а його правила мають чітко регулюватися законодавчо.

Яка ж ситуація із цим в Запоріжжі та який досвід варто перейняти у інших, читайте в матеріалі

Q

SODA

Підтримати

ГоловнаТексти▼СпецпроектиSlow newsМістоРедакція▼

ГоловнаТексти

Бути чи не бути: які перспективи має безкоштовний проїзд у комунальному транспорті Запоріжжя

04.05.2026 | 16:47 | 7 хвилин на читання



Останні кілька місяців у Запоріжжі активно тривають дискусії з приводу безкоштовного проїзду у комунальному транспорті. У цих розмовах прибічники цієї часто вказують на занадто високі ціни на поїздки та згадують досвід інших міст із безкоштовним проїздом, зокрема, прифронтовий Харків.

Однак таке «популярне» рішення може призвести до неоптимальних наслідків: додаткового навантаження на бюджет, стрімкого збільшення пасажирообігу тощо.

SODA вирішила розібратися в ситуації. Скільки може коштувати бюджету безкоштовний проїзд, які у цьому плюси та мінуси — далі у матеріалі

Q

SODA

Підтримати

Головна

Тексти

Спецпроекти

Slow news

Місто

Редакція

Головна

Тексти

Микола Ралик: 20 років боротьби з амброзією

Річард Пугач

05.06.2024 | 11:15 | 4 хвилини на читання

🔗

📧

📧

📧

Річард



Минулого тижня, 30 травня, у всьому світі відзначався День боротьби з бронхіальною астмою і алергією. Ці захворювання доволі поширені серед запоріжців. Окрім очевидних проблем із повітрям через викиди заводів, наприкінці літа проявляється ще одна – цвітіння амброзії. Її пилок розноситься по всьому Запоріжжю, через що чимало містян страждають від нежитю, сльозотечі та ускладнення дихання.

Однак, у Запоріжжі є людина, яка вже протягом 20 років веде системну боротьбу з амброзією. Це – Микола Ралик, екоактивіст та засновник громадської ініціативи “Запоріжжя без амброзії”. Сьогодні саме він герой нашої рубрики “Рушії змін”

Q

SODA

Підтримати

Головна

Тексти

Спецпроекти

Slow news

Місто

Редакція

Головна

Тексти

Допомога під ворожим вогнем: як «Жіночі серця Зарічного» підтримують мешканців Комишуваської громади

Річард Пугач

21.01.2025 | 11:46 | 5 хвилин на читання

🔗

📧

📧

📧

Річард



Комишуваська громада вже майже 3 роки знаходиться у безпосередній близькості до фронту. Від її кордону до лінії зіткнення наразі усього 10 км. Через це села регіону зазнають постійних обстрілів: дронами, КАБами, РСЗВ. Однак, на території громади досі залишається близько 8 тисяч мешканців. Серед них чимало представників вразливих верств населення: літні люди, люди з інвалідністю тощо.

Одними з тих, хто опікується допомогою таким людям, є організація «Жіночі серця Зарічного». Попри всі складнощі війни, команда ГО активно підтримує землеків, що залишилися на території громади. Чим займається організація та з якими викликами стикається, детальніше в матеріалі