

Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи магістра

**на тему: «Специфіка висвітлення діяльності місцевих органів державної
влади у регіональних інтернет-медіа»**

Виконала: студентка II курсу, групи СН-312м
Спеціальності 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)

Кошурникова Валерія Валеріївна
(прізвище та ініціали)

Керівник: к. філол. наук, доц. Тонкіх І.Ю..
(прізвище та ініціали)

Рецензент: к. н. соц. ком., доц. Белькова С.В.
(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2023 р.

НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Факультет соціальних наук

Кафедра журналістики

Освітній ступінь магістр

Спеціальність: 061 «Журналістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри SA

Протаска Н.В.

«07» 04 2023 року

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу магістра студента групи СН-312 м

Кошурникової Валерії Валеріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Специфіка висвітлення діяльності місцевих органів державної влади у регіональних інтернет-медіа»

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

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

затверджені наказом Національного університету «Запорізька політехніка» від «30» 08 2023 року № 321

2. Строк подання студентом роботи 10. 11. 2023

3. Вихідні дані для роботи: праці таких науковців, як М. Андрійчук, Т. Андрійчук, В. Дрешпак, Л. Змій, С. Матвієнків, А. Митко, А. Русиняк, Г. Сарміна, В. Шевченко та інші.

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

1. Стратегії та напрямки розвитку регіональних інтернет-медіа

1.1. Загальні тенденції еволюції онлайн-медіа

1.2. Закономірності функціонування регіональних інтернет-медіа

2. Специфіка медіакомунікацій місцевих органів державної влади

2.1. Завдання та функції інформаційно-комунікаційної діяльності органів влади на регіональному рівні

2.2. Основні канали медіакомунікацій та особливості їхнього контенту

3. Ракурси висвітлення діяльності органів влади у запорізьких онлайн-медіа

3.1. Особливості повідомлень про місцеву владу на сайтах «МТМ» та «Суспільне»

3.2. Специфіка інформування громадськості про дії влади в місцевих інтернет-виданнях

5. Перелік графічного матеріалу: _____

6. Консультування розділів роботи

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		Підпис	дата	підпис	дата
Вступ	Тонкіх І.Ю.		27.12.22		27.12.22
I	Тонкіх І.Ю.		10.03.23		10.03.23
II	Тонкіх І.Ю.		10.05.23		10.05.23
III	Тонкіх І.Ю.		07.06.23		07.06.23
Висновки	Тонкіх І.Ю.		17.10.23		17.10.23

7. Дата видачі завдання: «12» вересня 2022 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	вересень 2022	
2	Аналіз журналістичнознавчого матеріалу	жовтень 2022	
3	Написання вступу	грудень 2022	
4	Написання розділу 1	березень 2023	
5	Написання розділу 2	травень 2023	
6	Написання розділу 3	липень 2023	
8	Написання висновків	жовтень 2023	
9	Оформлення роботи	листопад 2023	
10.	Захист роботи	грудень 2023	

Студентка


 (підпис)

Кошурникова В.В.
 (прізвище та ініціали)

Керівник роботи


 (підпис)

Тонкіх І.Ю.
 (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Текст кваліфікаційної роботи магістра «Специфіка висвітлення діяльності місцевих органів державної влади у регіональних інтернет-медіа» становить 72 сторінки. Для виконання дослідження опрацьовано 80 джерел.

Об’єкт дослідження – офіційні сайти Запорізької обласної державної адміністрації та Запорізької міської ради, телеграм-канали Анатолія Куртева та Юрія Малашка, офіційні сторінки ЗОДА та ЗМР у соціальній мережі «Фейсбук», онлайн-медіа «Муніципальний телеканал м. Запоріжжя (МТМ)», «АТ «НСТУ» Суспільне. Запоріжжя», «Форпост», «061.ua», «Перший Запорізький».

Предмет дослідження – жанрово-тематичні, функціональні та структурні особливості контенту запорізьких онлайн-медіа, що висвітлюють діяльність місцевих органів державної влади, у контексті розвитку регіональної інтернет-журналістики.

Метою роботи є визначення особливостей висвітлення діяльності органів місцевої влади в різних видах регіональних онлайн-медіа – як офіційних джерелах ЗОДА та ЗМР, так і на сайтах інтернет-видань.

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

- охарактеризувати загальні тенденції розвитку онлайн-медіа та детерміновані ними закономірності функціонування регіональних ЗМІ;
- визначити специфіку медіакомунікацій місцевих органів державної влади: виокремити основні канали комунікацій з громадськістю, ідентифікувати їхні завдання та функції;
- проаналізувати особливості інформаційно-комунікаційної діяльності органів місцевої влади на офіційних сайтах ЗОДА та ЗМР і у соціальних медіа;
- розглянути особливості повідомлень про місцеву владу на сайтах онлайн-медіа «МТМ» та «Суспільне. Запоріжжя»;

- визначити специфіку інформування громадськості про дії влади в місцевих інтернет-виданнях «Форпост», «061.ua», «Перший Запорізький».

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять праці таких науковців, як М. Андрійчук, Т. Андрійчук, Л. Василик, Р. Вербовий, В. Дрешпак, М. Женченко, Л. Змій, А. Левченко, І. Луцюк, С. Матвієнків, А. Митко, А. Русиняк, Г. Сарміна, В. Шевченко та інших.

Методи дослідження застосовувалися поетапно. На рівні теорії – методи аналізу й синтезу, типологічний, порівняльний аналіз під час вироблення наукової концепції, опрацювання наукової літератури та контент-аналіз регіональних ЗМІ. Метод узагальнення – під час теоретичної розробки, у висновках до розділів. У практичній частині – описово-аналітичний, проблемно-тематичний метод, контент-аналіз.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в роботі була здійснена одна з перших спроб детального аналізу діяльності регіональних інтернет-медіа Запорізької області в аспекті висвітлення діяльності органів місцевої влади.

Сфера застосування: матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та практичних занять із курсів «Вступ до спеціальності», «Інтернет-виробництво (контент, продукт, промоція)», «Тенденції розвитку інтернет-журналістики», «Кросмедіа», «Інформаційна політика та безпека», а також при написанні курсових та дипломних робіт студентів.

ОНЛАЙН-МЕДІА, РЕГІОНАЛЬНІ МЕДІА, КОНТЕНТ, МІСЦЕВІ ОРГАНИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ, МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ, САЙТ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. СТРАТЕГІЇ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА.....	13
1.1. Загальні тенденції еволюції онлайн-медіа	13
1.2. Закономірності функціонування регіональних інтернет-медіа.....	20
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ.....	29
2.1. Завдання та функції інформаційно-комунікаційної діяльності органів влади на регіональному рівні.....	29
2.2. Основні канали медіакомунікацій та особливості їхнього контенту	37
РОЗДІЛ 3. РАКУРСИ ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ВЛАДИ У ЗАПОРІЗЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА.....	48
3.1. Особливості повідомлень про місцеву владу на сайтах «МТМ» та «Суспільне».....	48
3.2. Специфіка інформування громадськості про дії влади в місцевих інтернет-виданнях.....	59
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73
ДОДАТКИ.....	83

ВСТУП

Сучасне суспільство непинно змінюється і розвивається. Щоб забезпечувати в нових реаліях безперервний потік інформації і виконувати свої основні функції, журналістиці необхідно розвиватися разом із суспільством. Саме тому останнім часом відбуваються суттєві трансформаційні зміни в системі медіа, які у регіональному масштабі стають найбільш помітними.

Нові інтернет-медіа змушені фокусуватися не лише на якості контенту, а й на нових формах залучення аудиторії, задля того, щоб закріпитися на інформаційному ринку і вдало конкурувати з традиційними медіа. Регіональні інтернет-медіа в цьому процесі трансформації постають перед низкою проблем, адже їм складніше утримувати увагу реципієнтів та нарощувати аудиторію, ніж загальнонаціональним ЗМІ.

Інтернет сьогодні стає основним джерелом інформації для більшості українців, які віддають перевагу цифровим ресурсам. Такі медіа є інтерактивними, а тому заохочують до багатобічної комунікації.

На ці процеси сьогодні звертає увагу значна кількість дослідників. Різні аспекти сучасних змін у медіагалузі, зокрема процеси конвергенції та кросмедіатизації досліджують такі науковці як Л. Василик [2], М. Женченко [13–14], А. Каверіна [22], Г. Сарміна [48–49], В. Шевченко [68]. Вивченню особливостей функціонування регіональних медіа присвячено праці таких науковців як Р. Вербовий [4], Л. Змій [20], А. Левченко [28], І. Луцюк [29], С. Матвієнків [31–33], А. Русиняк [45–46]. Різні аспекти взаємодії органів державної влади та медіа досліджують М. Андрійчук і Т. Андрійчук [1], О. Дегтяр [7], І. Динник [9], Н. Дніпренко [10], В. Дрешпак [11], А. Митко [34].

31 березня 2023 року набув чинності Закон України «Про медіа», згідно з яким онлайн-медіа – це «медіа, що регулярно поширює інформацію у

текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі Інтернет на власному веб-сайті» [15].

К. Коверга стверджує, що «більше, ніж загальнонаціональні, місцеві медіа забезпечують умови для зворотного зв'язку, формування спільного комунікативного простору для мешканців певної місцевості, відображають культурні особливості своєї території. Якісній роботі регіональних ЗМІ сприяє, зокрема, і розвиток місцевого самоврядування» [26, с. 234].

І. Луцюк звертає увагу на те, що «орієнтаційна й інтеграційна функції регіональних видань мають не тільки сприяти об'єднанню громади на основі культурних та історичних особливостей регіону, але й запобігати відділенню цієї громади від спільної Української Держави. Сучасна ситуація в Україні продемонструвала, наскільки актуальною є об'єднувальна функція для українських медіа» [29, с. 152].

Традиційні медіа, такі як преса, телебачення та радіомовлення вже не сприймаються як основні джерела суспільно-політичного контенту в регіоні та суттєво поступаються інтернет-медіа – новинним сайтам, інформаційно-аналітичним онлайн-виданням, а також соціальним медіа – соціальним мережам, месенджерам, відеохостингу «Ютуб» тощо.

Медіакомунікації місцевих органів державної влади відіграють важливу роль у забезпеченні взаємодії з громадськістю – іншими словами, саме влада має вибудовувати платформи для спілкування з місцевими жителями, зі своїми виборцями, і бути зацікавленими у використанні різних каналів комунікації, таких як веб-сайти, соціальні мережі, месенджери тощо задля того, щоб оперативно розповсюджувати суспільно значущу інформацію в регіоні.

Під час повномасштабного російського вторгнення інформаційні потреби та запити аудиторії зазнали суттєвих змін, трансформувалась культура медіаспоживання, головним джерелом інформації для більшості користувачів стали соціальні мережі та месенджери. Незважаючи на велику

кількість досліджень, присвячених регіональним медіа та інтернет-журналістиці, дотепер недостатньо уваги приділяється тенденціям висвітлення діяльності органів місцевої влади в онлайн-медіа та соціальних мережах, особливо в умовах воєнного стану, що й зумовлює **актуальність** дослідження.

Метою роботи є визначення особливостей висвітлення діяльності органів місцевої влади в різних видах регіональних онлайн-медіа – як офіційних джерел ЗОДА та ЗМР, так і на сайтах інтернет-видань.

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

- охарактеризувати загальні тенденції розвитку онлайн-медіа та детерміновані ними закономірності функціонування регіональних ЗМІ;
- визначити специфіку медіакомунікацій місцевих органів державної влади: виокремити основні канали комунікацій з громадськістю, ідентифікувати їхні завдання та функції;
- проаналізувати особливості інформаційно-комунікаційної діяльності органів місцевої влади на офіційних сайтах ЗОДА та ЗМР і у соціальних медіа;
- розглянути особливості повідомлень про місцеву владу на сайтах онлайн-медіа «МТМ» та «Суспільне. Запоріжжя»;
- визначити специфіку інформування громадськості про дії влади в місцевих інтернет-виданнях «Форпост», «061.ua», «Перший Запорізький».

Об'єкт дослідження – офіційні сайти Запорізької обласної державної адміністрації та Запорізької міської ради, телеграм-канали Анатолія Куртева та Юрія Малашка, офіційні сторінки ЗОДА та ЗМР у соціальній мережі «Фейсбук», онлайн-медіа «Муніципальний телеканал м. Запоріжжя (МТМ)», «АТ «НСТУ» Суспільне. Запоріжжя», «Форпост», «061.ua», «Перший Запорізький».

Предмет дослідження – жанрово-тематичні, функціональні та структурні особливості контенту запорізьких онлайн-медіа, що висвітлюють

діяльність місцевих органів державної влади, у контексті розвитку регіональної інтернет-журналістики.

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять праці таких науковців, як М. Андрійчук і Т. Андрійчук [1], Л. Василик [2], Р. Вербовий [4], В. Дрешпак [11], М. Женченко [13–14], Л. Змій [20], А. Левченко [28], І. Луцюк [29], С. Матвієнків [31–33], А. Митко [34], А. Русиняк [45–46], Г. Сарміна [48–49], В. Шевченко [68] ті інші.

Методи дослідження застосовувалися поетапно: методи аналізу й синтезу, опрацювання наукової літератури під час вироблення наукової концепції; спостереження – на емпіричному етапі, під час моніторингу матеріалів ЗМІ, у яких висвітлюється діяльність місцевих органів влади. Метод узагальнення – під час інтерпретації даних, у висновках до розділів. На завершальному етапі дослідження – описово-аналітичний, проблемно-тематичний метод та елементи методу типології та класифікації під час визначення видів регіональних онлайн-медіа та характеристики їх контенту.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в роботі була здійснена одна з перших спроб детального аналізу діяльності регіональних інтернет-медіа Запорізької області в аспекті висвітлення діяльності органів місцевої влади.

Матеріали і висновки роботи мають **теоретичне і практичне значення**: матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та практичних занять із курсів «Вступ до спеціальності», «Інтернет-виробництво (контент, продукт, промоція)», «Тенденції розвитку інтернет-журналістики», «Кросмедіа», «Інформаційна політика та безпека», а також при написанні курсових та дипломних робіт студентів.

Апробація результатів роботи. Основні положення й результати роботи доповідалися на Науково-практичній конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів та студентів НУ «Запорізька політехніка» «Тиждень науки-2023» (24-28 квітня 2023 р.). Запоріжжя:

Національний університет «Запорізька політехніка», 2023.; Всеукраїнській науково-практичній онлайн-конференції з міжнародною участю «Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи», 5-6 жовтня 2023 р. Полтава: Полтавський національний педагогічний університет ім. В. Г. Короленка, 2023; Всеукраїнській науковій конференції «Запорізькі філологічні читання» (16-17 листопада 2023 р.). Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2023.

За темою дослідження було опубліковано тези:

Кошурникова В.В. Напрямки розвитку регіональних інтернет-медіа. *Тиждень науки-2023*. Факультет соціальних наук. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 24-28 квітня 2023 р. / Редкол.: В. Шаломєєв (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 169–171;

Кошурникова В.В. Особливості висвітлення діяльності місцевих органів державної влади у запорізьких телеграм-каналах *Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи*: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції /за ред. С.В.Семенко. Полтава: ПНПУ імені В. Г.Короленка, 2023. № 9. С. 65–70.

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У вступі роз'яснюється ступінь вивченості заявленої теми, окреслюються мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження, його наукова новизна, теоретичне та практичне значення.

У першому розділі систематизуються наукові праці про стратегії та напрямки розвитку регіональних інтернет-медіа, про загальні тенденції еволюції онлайн-медіа та закономірності функціонування регіональних інтернет-медіа.

Другий розділ складається з двох підрозділів, у яких характеризується специфіка медіакомунікацій місцевих органів державної влади. Аналізуються завдання та функції інформаційно-комунікаційної діяльності органів влади

на регіональному рівні, а також основні канали медіакомунікацій органів державної влади. До них належать офіційні сайти, сторінки в соціальних мережах, ютуб-канали (у разі наявності), телеграм-канали.

У третьому розділі розглядається, як яких ракурсів висвітлюється діяльності органів місцевої влади у запорізьких онлайн-медіа: аналізується інформація, яка стосується ЗОДА та ЗМР, на сайтах онлайн-медіа «Муніципальний телеканал м. Запоріжжя (МТМ)», «АТ «НСТУ» Суспільне. Запоріжжя», «Форпост», «061.ua», «Перший Запорізький», порівнюються стратегії інформування.

У висновках підводяться підсумки дослідження. Обсяг роботи – 72 сторінки. Список використаної літератури містить 80 найменувань.

РОЗДІЛ 1

СТРАТЕГІЇ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

1.1 Загальні тенденції еволюції онлайн-медіа

Еволюція онлайн-медіа є складним та постійно змінюваним процесом, що обумовлюється розвитком технологій, змінами у традиціях поширення й споживання інформації, алгоритмах взаємодії з аудиторією та іншими аспектами. Цифровий формат подання інформації, який став можливим завдяки розвитку комп'ютерної техніки, повністю змінив природу медіа, тому ЗМІ швидко почали впроваджувати цифрові технології для удосконалення способів створення, поширення та споживання медійного контенту, щоб забезпечити собі конкурентні переваги на ринку медіа.

Однією з головних причин стрімкого розвитку нових медіа стала цифрова трансформація. Перехід від традиційних видань до використання вебсайтів дав людям можливість зручно, а головне швидко отримувати актуальні новини з усього світу, а також зробив інформацію доступною для широкого загалу. Цей процес дослідники називають дигіталізацією, що означає перехід від класичних паперових носіїв до електронних, цифрових.

Головними ознаками нових медіа більшість дослідників називають інтерактивність, мультимедійність та гіпертекстуальність, а серед основних процесів, які обумовлюють процес їхньої трансформації, виокремлюють конвергенцію та дигіталізацію. Каталізатором змін більшість науковців вважають інтернет-мережу. Так, наприклад, О.Галушко зазначає, що «інтернет об'єднав усіх з усіма в єдине ціле та зробив інформацію значущим соціально-економічним ресурсом нарівні з іншими ресурсами – фінансовими, матеріальними, енергетичними» [5].

Г. Сарміна у статті «Роль партиципативної культури у дигітальній журналістиці» акцентує увагу на першочерговій ролі цифровізації:

«Цифровий процес також справив вагомий вплив на суспільство. Трансформації суспільства, які спричинені насамперед процесами дигіталізації і конвергенції, посилюються з появою соціальних мереж, що також впливає на процес поєднання суспільної і інтерперсональної комунікації практично на всіх рівнях. Завдяки дигітальним медіа культури і народи дістали змогу об'єднатися в глобальну медіаспільноту (Internet-Community) світового рівня, яка справляє неабиякий вплив на світові події та формування суспільної думки» [48, с. 220].

Окрім того, Г. Сарміна зауважує, що цифрова ера спричинила виникнення нової культури медіаспоживання, яку дослідниця пропонує називати «партиципативною»: «Партиципація радикально змінює спосіб споживання інформації: завдяки наявності гіперпосилань та інших засобів поширення інформації за короткий відтінок часу інформація надходить до значної кількості реципієнтів, а завдяки великому обсягові коментарів та інших форм зворотної реакції у фокусі уваги перебуває не пропонована інформація, а обговорювана тема, інтерес до якої стимулювала початкова інформація» [48, с. 220].

Німецький дослідник К. Штіглер у роботі «Нова медіа-культура: медіафеномени мережевої культури» також звертає увагу на те, що в інтернет-просторі з'явився новий тип поведінки аудиторії: «Феномен медіатизації породжує нові форми участі користувача, яку ми пропонуємо позначити терміном «партиципація» (від лат. participation – участь). Різні форми партиципації постають завдяки розбудові й стабільному використанню дигітальних медіа, і це призводить до формування цифрового суспільства. Постання спільнот у медіасвіті є логічним, адже комунікація є передумовою об'єднання людей. За цифрової ери розвинулася партиципативна культура – «культура, до якої кожний може зробити власний внесок» [80, с. 109].

Німецькі дослідники Т. Квандт та В. Швайгер, вивчаючи питання комунікації з аудиторією, зазначають, що «з огляду на взаємодію адресанта і

адресата в дигітальному світі, варто знову наголосити на вагомій ролі всесвітньої мережі, яка зробила комунікативний доступ до громадськості набагато простішим. Жоден інший засіб не зміг завоювати й підкорити мільйонну аудиторію. Від мас-медійної публіки вона еволюціонує до інтернет-спільноти завдяки тому, що в інтернеті значно меншими є технічні, економічні, когнітивні, юридичні бар'єри для публікування порівняно з іншими медіа, наприклад з пресою та радіо [78, с. 21].

Внаслідок еволюції нових медіа з'явилося таке поняття як конвергентна журналістика. Оскільки усі редакції такого типу почали продукувати й поширювати контент на різних інтернет-платформах, конвергенція спричинила й інший процес – «кросмедіатизацію». У результаті моноплатформні ЗМІ сьогодні поступово зникають, а замість них з'являються нові конвергентні медіа, які ведуть мовлення у цифровому форматі одночасно декількома каналами. У такий спосіб інтернет став платформою швидкого реагування, і ЗМІ отримали досвід у створенні та поширенні головних новин у комунікації зі споживачем.

В. Шевченко пов'язує виникнення кросмедіа з розвитком конвергенції та зауважує: «Концепція кросмедіа базується на взаємодії, що передбачає зближення або повне злиття різних видів ЗМІ, охоплюючи як структуру, так і формування особливих принципів керування і організації самої редакції. Медійний інформаційний продукт таких медіа розрахований на оперативне поширення на різних платформах у різних медійних середовищах, яке враховує специфіку найрізноманітнішої аудиторії» [68, с. 10].

Наслідком еволюції онлайн-медіа є збільшення впливу користувачів на медіаплатформи. Г. Сарміна пише про такі трансформаційні тенденції сучасного інтернет-середовища: «У широкому розумінні, кожен є журналістом, бо конституційне право на свободу висловлювання закріплене в основному законі кожної країни, а всесвітня мережа дає технічні можливості для реалізації цього права. Крім того, з технічного погляду перетворити пасивних читачів на активних творців допомагають нові

прилади, які стають дедалі доступнішими для пересічних користувачів. До того ж, прилади на зразок смартфона, роблять життя користувачів цілковито мобільним, що вможливорює здобуття інформації незалежно від локальних і часових умов. Інтернет конститує журналістику за участю користувачів, адже саме він уможливорює їх партиципацію у продукуванні контенту, причому ступінь участі може варіюватися від незначної до переважної» [48, с. 222].

Кросмедійні процеси змушують журналіста навчитися працювати для різних платформ та створювати контент для різних видів медіа одночасно. Вимоги до журналіста сьогодні суттєво розширилися та зросли – базового знання комп'ютерних технологій та вміння добре писати вже недостатньо. Журналісти мають вміти працювати з різними платформами та адаптувати контент для кожної із них окремо, адже кожна форма подання інформації охоплює певні елементи та має унікальні організаційні принципи.

У статті «Стратегічність в умовах кросмедійної діяльності» Г. Сарміна зауважує: «Перехід до кросмедійності передбачає новий принцип організації редакцій і діяльності журналістів, а процес підготовки кросмедійного матеріалу істотно змінює робочий профіль журналіста, який має уявляти цілісну концепцію репрезентації кросмедійного матеріалу. Також можна відзначити зміни в способі споживання медіаконтенту. Завдяки розвитку мобільних технологій та збільшенню кількості смартфонів, більшість користувачів вибирає дивитися відео та читати новини на мобільних пристроях, що змінює підхід до створення контенту та його форматування» [49, с. 76].

Зважаючи на сучасні тенденції розвитку інтернет-медіа, І. Луцук прогнозує майбутні зміни у такий спосіб: «Подальше впровадження інформаційно-комунікаційних технологій спричинить такі ключові наслідки: розвиток і становлення відносно невеликого стабільного сегменту онлайн-платформ традиційних медіа з одночасною їх спеціалізацією, розвитком нішевих, диверсифікованих сервісів, синтезованих із новими медіа та

поширення принципово нової моделі медіа-споживання, що базується на інтерактивності та різноманітності форматів і джерел отримання контенту» [29, с. 152].

Еволюція онлайн-медіа змінила інформаційні потреби та звички аудиторії. Замість традиційного односпрямованого пасивного споживання контенту користувачі почали виявляти активність у багатобічному обміні інформацією та у створенні й поширенні власних матеріалів, адресованих масовій аудиторії. За допомогою онлайн-медіа реципієнти мають змогу отримати швидкий доступ до інформації, продукувати власний контент та споживати його в будь-який зручний час, у будь-якому місці. Разом із тим, онлайн-медіа поставили перед суспільством нові виклики, пов'язані з контролем якості, приватністю та безпекою в інтернеті, на які потрібно знайти адекватні відповіді в майбутньому.

Трансформаційні процеси відбуваються на різних рівнях: людина одночасно може переглядати телевізійну програму й читати повідомлення у блогах, «аудиторія» медій дедалі частіше стає «користувачами», а інформаційні потоки спрямовуються від «споживача» до «виробника» новин.

Внаслідок стрімкого розвитку інтернет-технологій соціальні медіа, насамперед соціальні мережі та блоги, сьогодні успішно конкурують із традиційними ЗМІ в боротьбі за увагу споживачів. С. Матвієнків бачить у цьому велику загрозу для них: «Гострота проблематики настільки серйозна, що ставить під питання саме існування друкованих версій газет у довгостроковій перспективі. Класична бізнес-модель, за якою працюють незалежні регіональні видавці, життя за рахунок доходів від розповсюдження і реклами окремих продуктів, поступово перестає ефективно діяти і вже не дозволяє утримувати великі журналістські колективи. Тенденції стійкого зниження тиражів ускладнюють майбутнє і тих редакцій, які існують на дотації. Вони тісно пов'язані з фінансово-промисловими групами, інформаційно забезпечуючи їх інтереси, або напрямую належать регіональним

або місцевим органам виконавчої влади та фінансуються з відповідних бюджетів» [31].

Іспансько-американський теоретик комунікативістики і нових медій М. Кастельс, аналізуючи інформаційні революції і пов'язані з ними зміни у комунікаціях, виокремлює низку ключових чинників, що дають змогу говорити про трансформації у медіакомунікаціях. Він зауважує: «На відміну від будь-якої іншої революції ядро трансформації, яке ми переживаємо зараз, пов'язане з технологіями опрацювання інформації й комунікації. Інформація є інтегральною частиною будь-якої людської діяльності, усі процеси нашого індивідуального й колективного буття безпосередньо формуються (хоча не детермінуються) новим технічним способом» [73, с. 76].

Також з'являється поняття «мережева логіка», яке використовується для структурування неструктурованого, зберігаючи при цьому гнучкість для новаторства. Всі ці процеси супроводжуються зростанням конвергенції конкретних технологій у високоінтегрованій системі, в якій «старі, ізольовані технологічно траєкторії стають практично нероздільними» [73, с. 78].

Щодо формування нових медіа та трансформаційні процеси в діяльності журналіста, які тривають і сьогодні, В. Різун зазначає: «Система ЗМІ, що остаточно сформувалась у другій половині минулого століття, із соціалізацією інтернету (особливо після активації технології веб 2.0) докорінно змінила модель спілкування з масовою аудиторією. Причому ці зміни зумовлені не тільки інтерактивністю комунікації, яку пропонує інтернет. Основна модальність – це трансформація поняття професійного журналізму. Сучасні інформаційні потоки – це синтез професійних мовців і громадянських журналістів» [43, с. 59].

У процесі трансформації системи ЗМІ та ЗМК можна виокремити декілька базових процесів: дигіталізація (або цифровізація), конвергенція, демасифікація (диверсифікація) та глобалізація.

Окрім цифровізації та конвергенції, розвиток інтернету, комп'ютерних технологій та нових медіа спричинив ще два процеси, які є протилежними за

своєю сутністю, проте пов'язаними за змістом, – демасифікація (диверсифікація) та глобалізація.

Унаслідок того, що нові медіатехнології стають дедалі доступнішими, починається розвиток альтернативних методів і форм використання медіа, що супроводжується процесом демасифікації. Дослідник Марк Поєпсель у статті «ЗМІ, суспільство, культура та ви» пояснює, як реалізується ця тенденція: «Демасифікація означає розбивку аудиторії ЗМІ. Оскільки обсяг виробленої інформації та кількість каналів, на яких можна поширювати новини та інший контент, зростає експоненціально, готові аудиторії знижуються. Такий вид поляризації разом із тенденцією розвитку платформ соціальних медіа дозволяють і навіть заохочують людей організовуватися за політичними напрямками, що сприяє демасифікації, наприклад, коли люди організовуються у фракції» [79].

Демасифікаційні (фрагментаційні, диверсифікаційні) процеси пов'язують із дробленням аудиторії, проте це не означає, що в інтернеті не можуть формуватися міні-маси. Наприклад, за власним бажанням і відповідно до уподобань споживач обрав певний інформаційний ресурс, те саме зробила ще n -кількість інтернет-користувачів, які перебувають у різних місцях, належать до різних соціальних прошарків.

Протилежний процес, пов'язаний із розвитком інтернету, – це глобалізація. О. Самуляк у статті «Сучасні ЗМІ в умовах глокалізації» звертає увагу на те, що «глобалізацію у сфері мас-медіа можна розглядати як демасифікацію ЗМІ, монополізацію та конвергенцію медійного ринку, проведення як регіональних, так і державних та планетарних об'єднавчих процесів на ринку соціальних комунікацій, втілення новітніх технологій у процес випуску інформаційної продукції та вихід медіа в мережу Інтернет» [47, с. 211].

Отже, онлайн-медіа мають специфічні ознаки, які вирізняють їх з-поміж усіх традиційних видів ЗМІ. Вони існують у цифровому середовищі, а тому дигіталізація стає одним із основних процесів, що визначають

подальший розвиток усіх медіа. Наслідком переходу ЗМІ на єдину цифрову платформу стали конвергенція (злиття, об'єднання технологій, медіаканалів, знакових систем тощо) та кросмедіатизація (перехід до багатоканального мовлення). Це обумовлено стрімким розвитком інтернет-мережі та залученням технології Веб 2.0 для створення та розповсюдження інформації в онлайн-середовищі. Унаслідок цього змінюється звична модель спілкування з масовою аудиторією і професійні стандарти для журналістів, які тепер обов'язково мають вміти адаптувати контент під різні платформи і канали розповсюдження інформації.

1.2 Закономірності функціонування регіональних інтернет-медіа

Загальні тенденції розвитку ЗМІ позначились і на трансформаціях регіональних медіа. Їх головною типоформувальною ознакою завжди було те, що вони зосереджувались на виготовленні та поширенні новин у межах певної території, проте сьогодні таке визначення не відбиває сучасних реалій, а тому потребує перегляду й уточнення.

Модернізація засобів масової інформації необхідна й з огляду на забезпечення позитивного розвитку демократичних перетворень у сучасній Україні. Як підкреслює С. Матвієнків, «у цьому процесі головними завданнями для загальнонаціональних медіа стали роздержавлення друкованих видань та висвітлення важливих державних і управлінських питань, а регіональні медіа змушені вирішувати ще й проблеми браку технічних ресурсів» [31, с. 994].

Відповідно до регіону поширення, ЗМІ традиційно поділяють на певні групи. На це звертає увагу І. Михайлин: «Органи масової інформації класифікуються за різноманітними ознаками. Одна з таких типологічних ознак – класифікація за регіоном поширення. Виокремлюються центральні, регіональні, обласні, міські, районні, відомчі (промислових чи

сільськогосподарських підприємств, навчальних закладів і т. п.) органи масової інформації» [35, с. 236].

Регіональні інтернет-медіа мають свою головну ознаку: новини, які там публікуються, розраховані насамперед на конкретну область, місто, район – саме тому важливо розуміти, якими є критерії регіону. Ю. Остапець виокремлює такі складові регіону: певна територія, яка географічно виокремлюється зі складу загальної території країни; населення, яке має певні спільні особливі характеристики та проживає на цій території; регіональна самоідентифікація або самоусвідомлення наявності у цієї групи людей певних особливостей, які відрізняють їх від загалу [Остапець. Електоральні процеси в Україні]. Також дослідник вважає, «що головною з ознак, яка відрізняє один регіон від іншого, є регіональна ідентичність, яку можна трактувати як усвідомлення культурної, історичної, етнічної окремішності населення певного регіону» [39, с. 144].

А. Русиняк у своїй роботі «Регіональні ЗМІ у процесі демократичних перетворень в Україні: специфіка і проблемний вимір» стверджує, що «регіональні медіа – це медіа, робота яких першочергово пов'язана з певним регіоном; редакція яких розміщена у тому регіоні, який перебуває у центрі уваги даного ЗМІ; є зорієнтованими насамперед на місцевого споживача інформації і, відповідно, ці видання є націленими передусім на виробництво інформації про регіон» [46, с. 51].

Десять років тому цілком прийнятним було таке визначення регіональних медіа, яке надає Л. Змій: «Це електронні та друковані ЗМК, що зареєстровані і функціонують на території певної місцевості, орієнтовані на аудиторію регіону, створюють новинну, аналітичну, розважальну медіа-продукцію, висвітлюють події в регіоні, прямо або опосередковано у своїй діяльності враховують специфічну культуру, соціальний та історичний досвід і взаємодії в межах територіальної спільноти» [20].

Схоже визначення у 2015 р. надавала І. Чорна: «До регіональних ЗМІ належать засоби, що обслуговують окремі суб'єкти нашої країни, та

періодику, розраховану на певну частину держави. Відповідно, регіональна преса – це друковані видання, які поширюються на території будь-якого регіону нашої країни або мають більш виражений локальний характер, виходячи в окремому місті» [64, с. 109].

Такі визначення регіональних медіа були актуальними для традиційних ЗМІ, редакції яких були розміщені у певному регіоні, а розповсюдження накладу видань здійснювалось у його межах. У наш час, з огляду на інтенсивний розвиток інформаційних і комп'ютерних технологій та цифровізацію медіа, ця дефініція втратила актуальність, адже інтернет знищив кордони між географічними територіями, і поняття «регіон поширення» втратило сенс.

Сьогодні друкована преса як місцевого, так і загальнонаціонального рівня поступово зникає, як і більшість моноплатформних ЗМІ. Р. Нільсон в роботі «Місцева журналістика. Занепад газет і розквіт цифрових ЗМІ» звертає увагу на фактори, які спричиняють ці зміни: «На це впливають проблеми в діяльності регіональних засобів масової інформації: по-перше, скорочення читацької аудиторії; по-друге, зменшення обсягів реклами, яка була запорукою окупності видання; по-третє, втрати у друкованій сфері медіабізнесу, які поки що не компенсувало зростання цифрового чинника. Газетні компанії почали скорочувати витрати, зокрема, й кадри, щоб мінімізувати операційні збитки, а це, у свою чергу, призвело до зниження якості контенту; по-четверте, падіння ринкової вартості місцевих медіакомпаній та втрата інтересу до цього сектору в інвесторів [77].

Зважаючи на інтеграцію усіх медіа в інтернет-простір, сучасні регіональні чи місцеві медіа при визначенні їх сутності не обмежуються лише територіальними аспектами. Географічна детермінанта – тільки один елемент, який об'єднує певне коло людей. Важливе значення відіграють спільні інтереси певної групи населення, цінності і події, які відбуваються у тому чи іншому регіоні, та їх значення для мешканців цього регіону.

При цьому подібні регіональні інтернет-медіа стають доступними для усіх користувачів, незалежно від їх місцеперебування. К. Дзюржинський зауважує із цього приводу: «Інтернет поступово змінює усі попередні функції місцевих ЗМІ. Поняття «місцевий» втрачає значення «обмежений», адже відомості, які кілька років тому були доступними тільки для певного середовища, зараз за мить можуть стати доступними для всього світу. Змінилися традиційні ролі відправника і одержувача інформації [8, с. 191].

Суттєвою проблемою для традиційних ЗМІ наразі стає стрімке падіння довіри читачів і глядачів, які шукають альтернативну інформацію в інтернет-просторі. Л. Змій та О. Чернявська у зв'язку з цим зазначають: «Одна з проблем сучасних регіональних медій – це їх взаємодія з аудиторією, безпосереднім суб'єктом, а не тільки об'єктом їх діяльності. Інформація є важливою у випадку, якщо має практичне значення, стосується повсякденного життя громадян, тобто пов'язана із особистісними інтересами, проблемами та переживаннями громадян» [62, с. 129].

Регіональні інтернет-медіа – це медіаорганізації або платформи, які спеціалізуються на наданні новин, інформації та розважального контенту, зосереджених на конкретному регіоні або місцевості. С. Матвієнків наголошує на тому, що такі ЗМІ відіграють важливу роль у громадському житті та розвитку демократичних процесів у суспільстві: «Такі медіа в сучасній Україні висвітлюють життя місцевої громади, соціальні проблеми регіону, проблеми місцевого самоврядування, досягнення та успіхи процесу децентралізації. Вони також змінюють традиційні моделі свого функціонування: актуалізують мультимедійні проекти, створюють власні сторінки у соціальних мережах, конвергентні платформи для дискусій і діалогу громади з органами державної влади» [31, с. 995].

Синонімічним до поняття «регіональний» може бути «локальний» чи «місцевий». Різниця між ними полягає у тому, що регіональні ЗМК обслуговують інформаційні потреби мешканців окремої області, тоді як місцева преса безпосередньо орієнтована на місцевого споживача і

стосується його проблем (це переважно преса окремих міст). А. Русиняк зазначає, «що разом із розвитком інтернет-технологій та конвергенцією традиційних ЗМІ популярними стають такі види медіа як гіперлокальні, під якими розуміють ті ж локальні медіа, які інформують про місцеві події та становлять інтерес переважно для людей, об'єднаних територіально, однак у їх роботі особливу роль відіграють інтернет-технології (створюються тематичні групи у соціальних мережах), що дозволяють не тільки подавати інформацію населенню, але й отримувати відповідь на ті чи інші повідомлення. Гіперлокальні медіа (медіа спільнот) мають яскраво виражену інтеграційну функцію, тобто вони можуть об'єднувати територіальну спільноту чи групу людей, залучаючи її до обговорення місцевих проблем, а також до підготовки та розповсюдження новин» [46, с. 53].

Тренд гіперлокальності є одним із найпопулярніших у сфері нових медіа. Р. Вербовий звертає увагу на визначальний аспект його змісту: «Гіперлокальні ЗМІ, які зрідка називають «мікролокальними» чи «надмісцевими», висвітлюють події та проблеми, цікаві кількісно незначній аудиторії (територіальні громади й спільноти, мешканці невеликих населених пунктів, публічні осередки тощо). Професійні інтереси таких засобів масової інформації спрямовані на виробництво новин, які часто залишаються поза увагою загальнонаціональних медіа» [4, с. 73]. Р. Нільсен виокремлює такі головні завдання місцевої журналістики: підзвітність, громадянську і політичну участь, інтеграцію місцевих громад [77, с. 17].

Регіональні інтернет-медіа відрізняються від загальних та національних медіа тим, що їх орієнтація спрямована на певну географічну область або регіон, проте вони також можуть містити новини загальнонаціонального масштабу. На це звертає увагу А. Левченко: «Чи не найбільшою особливістю в роботі регіональних засобів комунікації є те, що будь-які події загальнодержавної значущості, будь-які соціальні, економічні, політичні проблеми сприймаються виключно через призму того, як може та чи інша подія вплинути на життя даного регіону. Чим ближча інформація до людини,

до її рідної домівки, тим цікавіше це для неї. Саме за таким опорним принципом на своє місто, на свій регіон повинні працювати місцеві ЗМІ» [28].

Функціонування регіональних медіа можна розглядати і в соціокультурній площині. Регіональні ЗМІ, як стверджує К. Коверга, «відбивають культурні особливості представників різних регіонів та сприяють консолідації мешканців однієї місцевості. Більше, ніж загальнонаціональні, місцеві медіа забезпечують умови для зворотного зв'язку, формування спільного комунікативного простору для мешканців певної місцевості, відображають культурні особливості своєї території. Якісній роботі регіональних ЗМІ сприяє, зокрема, і розвиток місцевого самоврядування» [26, с. 234].

О. Фурса також розглядає поняття «регіональні медіа» у соціокультурному аспекті, а також пов'язує їх розвиток із процесом диверсифікації, у чому вбачає позитивний вплив на імідж регіону: «На противагу глобалізму, який сприяє уніфікації, одноманітності світових соціальних структур, економіки та культури, регіоналізм також передбачає збереження соціокультурної специфіки регіонів і їхнього місця в світовому поділі праці. З іншого боку, регіони можуть як дбати про збереження своєї соціально-культурної специфіки, так і наполягати на підвищенні власного соціального статусу в державі» [61 с. 6].

К. Коверга виокремлює такі основні функції регіональних ЗМІ:

- повне й оперативне висвітлення місцевих подій та важливих проблем;
- орієнтування в культурних заходах;
- представлення позиції впливових у регіоні людей;
- створення можливості для обміну інформацією між мешканцями регіону та допомога у вирішенні повсякденних соціальних проблем тощо [26, с. 235].

Польська дослідниця Йоланта Кемпа-Ментрак називає такі функції місцевих ЗМІ:

- пізнавальна (забезпечення знання навколишньої дійсності);
- функція переконання (роз'яснення відповідних суспільних зв'язків та стосунків);
- контролю (за соціальними, політичними, економічними структурами);
- мотивації (стимулювання людей до різних форм діяльності);
- інтеграції (інтеграція людей в суспільство, гуртування їх навколо важливих питань);
- соціалізації (навчати на позитивних цінностях і зразках поведінки)
- розваги [74, с. 10].

На важливу місію регіональних медіа у контексті діяльності місцевих органів державної влади звертає увагу також шведський дослідник М. Карлсон. За його словами, «існування місцевої преси, радіо, телебачення інформаційних сайтів є важливим для муніципальної влади, інфраструктури, соціальної структури, адже ЗМІ мають однаковий побутовий, культурний контекст з місцевим населенням, спілкуються із ним однією мовою, закривають своїм контентом життєво необхідну для населення потребу в інформації про поточні події, муніципальний устрій, зміни у комунальному побуті» [75].

Часто регіональні ЗМІ стикаються з проблемами знецінення контенту і применшення значимості трансльованих подій. А. Русиняк досліджує цю проблему у своїй дисертації, де зазначає: «Чинники просторовості і територіальності зумовлюють актуалізацію таких явищ як географія новин та інформації. Враховуючи, що в такому баченні цінність представляють події і явища, які мають відношення до мешканців конкретних територій, то дефініція «local news» – це своєрідна трансляція (опис) новин в умовах тривалої присутності, розуміння контексту, інтеграції у соціальну структуру. І хоча місцева журналістика має можливості для просування й реалізації концепту «local news», однак на практиці користується ними вкрай ситуативно. Модерні технічні засоби й, зокрема, інтернет-з'єднання

дозволяють нівелювати відстані і долати кордони, однак не можуть у повній мірі компенсувати відсутність реальної присутності» [45, с. 74].

Американський дослідник Д. Абернаті пропонує послуговуватися концепцією «зменшеної відстані», яка передбачає, що «локальна журналістика не схильна витрачати ресурси на подолання відстані, остання ж зумовлює втрату зв'язку між подією і споживачем інформації про неї. Відстані знецінюють не лише інформацію, але й стосунки між людьми, містами, владою і суспільством. Таким чином, присутність журналіста у місці події впливає на якість її висвітлення, змістовність викладу і вичерпність наведених аргументів і фактів» [72].

Для визначення специфіки формування регіонального медіапростору необхідно звернутися до аналізу процесів роздержавлення ЗМІ. З цим, на думку Й. Кемпа-Метрак, пов'язано «відновлення місцевої преси як важливого соціального інституту, який виражає інтереси жителів та відповідає різним потребам та інтересам місцевої громади. Процеси соціальної комунікації відіграють фундаментальну роль у формуванні місцевої спільноти і одночасно визначають ступінь її розвитку та зрілість форм і методів функціонування. Місцеві ЗМІ виконують певну місію, регулярно та ефективно задовольняючи інформаційні потреби одержувачів» [74, с. 10].

Отже, регіональні медіа перебувають під впливом тих самих процесів, що відбуваються в усіх ЗМІ, проте найбільше значення для них має процес дигіталізації, оскільки він нівелює значення територіального принципу в інформаційній діяльності регіональних ЗМІ. Зважаючи на закономірності функціонування регіональних інтернет-медіа в умовах постійної конкуренції і боротьби за аудиторію, можемо виділити такі головні їх завдання: повне й оперативне висвітлення місцевих подій та важливих проблем, забезпечення умов для зворотного зв'язку, формування спільного комунікативного простору для мешканців певної місцевості тощо. Також особливістю

регіональних медіа залишається формування іміджу регіонів, брендів територій, їхнього культурного та промислового позиціонування.

За роки незалежності регіональні ЗМІ в Україні збільшили розгляд спектру проблем для обговорення на місцевому рівні, розширили напрямки роботи з аудиторією, продемонстрували здатність користуватися технологічними досягненнями, переформатували традиційні моделі функціонування.

Одними з головних завдань регіональних медіа, зокрема місцевих та гіперлокальних, є висвітлення діяльності місцевих органів державної влади, контроль за якістю виконуваних ними функцій та обслуговування інформаційних інтересів громадськості – мешканців певного регіону, а також налагодження ефективної взаємодії з аудиторією.

РОЗДІЛ 2

СПЕЦИФІКА МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

2.1 Завдання та функції інформаційно-комунікаційної діяльності органів влади на регіональному рівні

Інформаційно-комунікаційна діяльність представників влади на регіональному рівні має низку обов'язкових до виконання завдань та функцій, оскільки це є головною умовою забезпечення ефективної взаємодії між органами влади та громадськістю. Зважаючи на зовнішні та внутрішні політичні й суспільно-громадські чинники, питання доступу до офіційної інформації є ключовим в комунікації суспільства та влади, тому що органи державної влади та місцевого самоврядування інколи залишаються єдиним джерелом точної, повної та достовірної інформації, особливо під час війни.

Посилання на офіційні джерела гарантує будь-якому онлайн-медіа підвищення рівня достовірності та якості контенту, а також убезпечує журналістів від звинувачень у поширенні дезінформації. В умовах воєнного стану моніторинг офіційних джерел стає необхідним для ЗМІ і з огляду на вимушену відмову від пріоритету оперативності у повідомленні новин: журналісти можуть поширювати деяку інформацію лише після того, як вона з'явиться на сайті й інших каналах комунікації органів влади – наприклад, про наслідки ракетних обстрілів та масштаби руйнувань.

Обмін інформацією між владою та населенням відбувається завдяки різним каналам та способам медіакомунікацій. В. Різун надає таке визначення поняття «медіакомунікації»: «Термін утворений шляхом злиття двох слів латинського походження: медіа (від лат. *medium* – засіб, спосіб) та комунікація (від лат. *communicatio* – спілкування, передача інформації). Дослівно це поняття можна перекласти як «спілкування за допомогою засобів, способів, через засоби» [43, с. 50]. Медіакомунікації місцевих

органів державної влади є дуже специфічними, оскільки вони мають особливу мету і завдання, а також деякі обмеження й особливості.

Неможливо уявити діяльність органів місцевої влади без висвітлення у ЗМІ, адже влада на будь-якому рівні є публічним органом. Н. Мороз у статті «Роль ЗМІ у формуванні громадянського суспільства в Україні» із цього приводу зазначає: «Значення засобів масової інформації для суспільства і функціонування держави полягає в інформуванні людей щодо різних питань життєдіяльності, що зумовлено потребою забезпечення стабільності влади. Важливою є роль ЗМІ як посередника в діалозі між владою і суспільством, між різними соціально-політичними силами. Масмедіа регіону володіють потужним потенціалом у контексті управління процесами представлення та конструювання образів іноземних країн, здійснення процесів міжкультурної комунікації, що дозволяє забезпечувати конструювання громадської думки регіональної аудиторії щодо інших країн» [36, с. 205].

Таким чином, усі ЗМІ та канали медіакомунікації на регіональному рівні пов'язані з діяльністю офіційних органів державної влади. С. Матвієнків підкреслює: «Засоби масової інформації органічно вписані у політичний простір регіонів, в своїх основних рисах відтворюють політичний простір держави. ЗМІ стали одним з важливих каналів впливу громадян на місцеву владу, адже на своїх сторінках відображають думки громадян про різні сторони життєдіяльності територіальних громад. Без цього каналу місцеве співтовариство втратить чи не половину своїх можливостей в плані ефективності і значимості становлення громадянського суспільства і правової держави» [31, с. 995].

Місцеві медіа стають посередником між владою та громадськістю та забезпечують наявність взаєморозуміння між ними та наявність узгодженості дій. З іншого боку, і сама влада зацікавлена у тому, щоб налагоджувати процес взаємодії з населенням. О. Дегтяр визначає поняття інформаційно-комунікативної діяльності у державному управлінні «як існування системи обміну інформацією між державними органами та громадянином,

організаціями різних організаційно-правових форм за допомогою спеціальної системи засобів, каналів та форм; а також як існування певної соціальної взаємодії з певними характерними властивостями і ознаками, яка має вплив на поведінку громадянина та роботу інститутів державної влади заради досягнення певної мети» [7].

О. Синєокий визначає інформаційну діяльність органів влади «як сукупність інформаційних дій, технічних засобів, організаційних умов і модернізаційних заходів, що ґрунтуються на ефективному використанні високих технологій, метою чого є оптимальне задоволення інформаційних потреб громадян і юридичних осіб, а також реалізація інформаційних функцій і завдань держави» [44].

В. Куйбіда, О. Карпенко та О. Риженко в монографії «Інформаційно-комунікативна діяльність органів публічної влади» називають такі основні принципи інформаційно-комунікативної діяльності будь-якої публічної організації:

- 1) принцип єдності, який необхідний для досягнення спільної мети комунікаційного процесу через об'єднання всіх учасників комунікації;
- 2) принцип стратегічного управління передбачає реалізацію тактичних і стратегічних завдань розвитку держави;
- 3) принцип регулювання інформаційних потоків дозволяє здійснити фільтрування інформації на предмет її актуальності та корисності;
- 4) принцип зворотного зв'язку;
- 5) принцип партнерства передбачає налагодження співпраці в системі відносин «держава-громадянин»;
- 6) принцип верифікації інформації означає необхідність перевірки інформації на предмет її правдивості, корисності, актуальності;
- 7) принцип відкритості передбачає забезпечення доступності і зрозумілості інформації, гласності, забезпеченні можливостей для обговорення» [27, с. 138].

Інформаційно-комунікаційна діяльність органів влади на регіональному рівні є важливою складовою процесу державного управління, оскільки вона дозволяє узгоджувати і об'єднувати державу і громадян, що в результаті сприяє прийняттю спільних і взаємоприйнятних політичних та управлінських рішень. Як зазначає Г.Почепцов, основними функціями інформаційно-комунікативної діяльності в державному управлінні є:

- функція обміну, створення інформаційних каналів для обміну інформацією між окремими організаціями, працівниками та громадськістю забезпечення ефективного обміну інформацією між ними;
- координаційна, тобто узгодження цілей і завдань діяльності, координації дій;
- креативна, яка полягає в тому, що інформація не просто передається, а й формується, що є важливим моментом у контексті ухвалення політичних (управлінських) рішень;
- управлінська, адже завдяки комунікації, можна регулювати не тільки діяльність державних органів і установ, а й впливати на поведінку інших людей;
- регуляційна – регулювання та раціоналізація інформаційних потоків в системі державного управління;
- функція стабілізації – забезпечення стабільного функціонування соціальної системи;
- мобілізаційна – спрямована на досягнення підтримки і схвалення суспільства із приводу прийнятих політичних (управлінських) рішень;
- інтегрувальна, пов'язана із здійсненням такої державної політики, яка б враховувала інтереси всіх елементів суспільної системи, сприяла виробленню і прийняттю узгоджених управлінських рішень;
- функція соціалізації, що пов'язана із засвоєнням у процесі інформаційного обміну соціально-політичних норм, цінностей і традицій, підвищенням рівня політичної компетентності громадян [42, с. 36].

Ці принципи та функції спрямовані на підвищення ефективності владних структур, забезпечення відкритості та взаємодії між владою та громадянськістю для досягнення спільних цілей та покращення якості життя на регіональному рівні.

І. Динник характеризує основні завдання й напрямки діяльності інформаційно-комунікативних підрозділів органів місцевої державної влади та робить такі висновки: «В результаті здійснення інформаційно-аналітичної діяльності інформаційно-комунікаційними підрозділами публічної організації відбувається: розробка та впровадження пропозицій громадськості щодо суспільно важливих проблем; формування аналітичних записок задля оперативного реагування на суспільні виклики; підготовка публічних виступів керівників публічної організації; готування заяв, звернень органів місцевого самоврядування; підготовка прес-релізів для ЗМІ, інформаційно-аналітичних довідок, публікацій у ЗМІ та інші» [9, с. 152].

Для того, щоб контролювати обсяги й зміст інформації, яка потрапляє до громадськості, а також транслювати у суспільстві певну позицію, влада використовує офіційні канали комунікації. О. Качний із цього приводу зазначає: «Висвітлення інформаційно-комунікаційної діяльності публічної організації здійснюється через офіційні сайти, де матеріали, які складають його інформаційне наповнення, поділяють на: статичні – це ті, які є актуальними протягом великого періоду часу та містять текстові, графічні та мультимедійні складові; динамічні – це матеріали, які є актуальними протягом обмеженого часу, через що вони повинні систематично оновлюватися; потокові – це матеріали, що втрачають свою актуальність протягом кількох днів або годин» [24, с. 9].

О. Карпенко і А. Дуда визначають інформаційно-аналітичну діяльність органів влади як комплекс робіт, які передбачають:

1) моніторинг інформації, яка безпосередньо стосується органів влади та громади загалом;

- 2) виявлення тенденцій та закономірностей суспільного розвитку в соціальній, економічній, політичній площині;
- 3) виокремлення сфер інтересів громади та органів влади;
- 4) підготовка пропозицій чи альтернативних рішень щодо реагування на суспільні проблеми;
- 5) інформаційно-аналітичний супровід підтримки рішень органів влади, оцінювання ризиків таких рішень, контролювання та реалізація рішень, моніторинг реакції громадян на прийняті рішення влади» [23, с. 135].

Розповсюдженою є думка про те, що ЗМІ є «четвертою владою», нарівні із законодавчою, виконавчою і судовою. А. Русиняк із цього приводу зазначає: «Інтерпретація ЗМІ як «четвертої влади» у сучасних умовах, зокрема й в Україні свідчить, у першу чергу, про політичний контекст існування масмедіа, аніж про здатність засобів масової інформації чинити вплив на процеси розробки та ухвалення владних рішень. Таким чином, хоч вплив ЗМІ на громадську думку є беззаперечним, однак цей вплив є керованим і за своєю сутністю – інструменталістським» [45, с. 112].

А. Митко не погоджується з такою характеристикою ЗМІ, «оскільки ті не мають юридичного права впливати на події чи осіб, не несуть відповідальності за прийняті рішення, а значить, владою їх називати не можна [26, с. 22]. Водночас, на думку дослідниці, «здатність ЗМІ формувати масову й індивідуальну свідомість, управляти поведінкою людей у суспільстві перетворює їх на найефективніше з існуючих знарядь влади. Ця ситуація знайшла своє відображення в спеціальному терміні – «медіакратія», за якої засоби масової інформації вже не просто відбивають й інтерпретують дійсність, а створюють її» [34, с. 93].

Автор навчального посібника «Комунікації в публічному управлінні» В. Дрешпак аналізує завдання й функції інформаційно-комунікаційної діяльності влади на регіональному рівні й акцентує увагу на тому, як за допомогою впровадження та використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінській діяльності публічної організації досягти

поставлених цілей та завдань публічного управління та адміністрування [11, с. 50]. Серед цих завдань дослідник виокремлює такі:

- 1) забезпечення доступу зацікавлених сторін – громадськості, бізнесу до процесів контролювання управлінської діяльності та прийняття рішень органами влади;
- 2) залучення громадськості до вирішення проблем чи питань, які потребують громадського обговорення;
- 3) забезпечення відкритого та зрозумілого комунікаційного процесу між громадою, бізнесом та органами місцевої влади з обов'язковою наявністю зворотного зв'язку, врахування інтересів усіх сторін та реагування на потреби громади [11, с. 55].

В Україні усі канали медіакомунікації, насамперед державні, здійснюють свою діяльність в рамках нормативно-правової бази функціонування інформаційного простору. Роботу центральних і місцевих органів виконавчої влади регулює «Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про роботу центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення відкритості у своїй діяльності, зв'язків з громадськістю та взаємодії із засобами масової інформації», основними положеннями якого визначено необхідність:

- 1) призначення посадових осіб та підрозділів публічного органу влади, які відповідатимуть за зв'язки з громадськістю та взаємодію із засобами масової інформації;
- 2) реагування на пропозиції, висвітлені у засобах масової інформації або отримані в результаті проведення консультацій з громадськістю;
- 3) розміщування та систематичного оновлення інформації та технічну підтримку веб-сайтів органів влади тощо» [44].

У процесі інформаційно-комунікаційної діяльності органів влади можуть вирішуватися різні завдання:

- надавати суспільству необхідну інформацію;

- формувати громадську думку і впливати на неї – з метою змінити, посилити або кристалізувати;
- пропагувати певні ідеї та цінності;
- маніпулювати громадською думкою з метою акцентування уваги на одних подіях та відвертання уваги від інших – іншими словами, формувати інформаційний порядок денний, конструювати реальність у певний спосіб;
- утверджувати або долати стереотипи тощо.

Французькі дослідники Б. Катля та А. Каде вважають, що масмедіа у цьому процесі можуть грати такі ролі:

- антени, тобто постачання різноманітної інформації суспільству;
- посилювача, зокрема, важливості фактів;
- фокуса, коли ЗМІ є фокусом змін соціокультурних течій;
- призми – формування нових моделей поведінки;
- відлуння – збереження певної соціальної структури» [21, с. 202].

Отже, інформаційно-комунікаційна діяльність влади на регіональному рівні виконує різні завдання та функції, спрямовані на організацію ефективного спілкування з громадянами, забезпечення доступу населення до інформації про діяльність владних органів та поширення актуальних суспільно важливих новин.

Першочерговими завданнями інформаційно-комунікаційної діяльності влади на регіональному рівні є публікація офіційної інформації про діяльність органів влади, щодо рішень, програм, проєктів та інших аспектів, що стосуються регіону; взаємодія з громадськістю та вплив на формування громадської думки; розвиток комунікаційних каналів в контексті створення та підтримки платформ для взаємодії між владою та громадськістю, таких як офіційні веб-сайти, соціальні медіа, громадські слухання, консультації тощо.

Реалізація цих завдань дозволяє виконувати такі функції: інформаційна, комунікативна, формування інформаційного порядку денного, координаційна, управлінська, ціннісно-регулятивна, інтегрувальна,

соціалізації та соціальної організації, налагодження зв'язків із громадськістю, формування громадської думки тощо.

Для того, щоб контролювати обсяги й зміст інформації, яка потрапляє до громадськості, а також транслювати у суспільстві певну позицію, влада використовує не тільки офіційні канали комунікації, а й місцеві медіа, які стають посередником між владою та громадськістю.

2.2 Основні канали медіакомунікацій та особливості їхнього контенту

З розвитком інтернету й комп'ютерних технологій урізноманітнилися онлайн-медіа та широкої популярності набули соціальні медіа. Відповідно, у влади на місцевому рівні з'явилося більше каналів медіакомунікацій. До офіційних вебсайтів додалися соціальні мережі та месенджери, які активно використовуються представниками влади задля розповсюдження інформації щодо їх діяльності. У телеграм-каналах і на фейсбук-сторінках зазвичай подається ідентична інформація, але адаптована під конкретне соціальне медіа. Найбільш розлогу інформацію мешканці можуть знайти на офіційних сайтах.

Процеси цифровізації не оминули структури державного управління та розширили функціонал у процесі висвітлення її діяльності. У монографії «Інформаційно-комунікативна діяльність органів публічної влади» В. Куйбіда та О. Карпенко пишуть: «Функціонування урядового веб-сайту забезпечує невід'ємну участь громадян у суспільних справах та процесах прийняття рішень, ефективний обмін інформацією, підвищення якості та стандартів надання публічних послуг, обговорення та спільного вироблення управлінських рішень» [27, с. 17].

Електронну пошту також можна вважати каналом медіакомунікацій, адже офіційні листи, розсилки новин та інформаційні бюлетені можуть

використовуватися для розповсюдження важливої інформації серед зацікавлених сторін, зокрема публікуватися у ЗМІ.

Також місцеві органи державної влади можуть співпрацювати з регіональними медіа та використовувати задля медіакомунікацій традиційні ЗМІ – телеканали, радіо, газети, а також додаткові онлайн-платформи (зокрема вебсайти та соціальні мережі) та зовнішню рекламу. А. Русиняк, аналізуючи використання органами влади засобів масової інформації, звертає увагу на небезпечні аспекти такої взаємодії: «Враховуючи, що засоби масової комунікації переважно є нерентабельними суб'єктами господарювання, вони завжди потребують підтримки, спонсорування, дотацій, які реалізуються й у формі політичного покровительства. І якщо на глобальному рівні існують медіамагнати, корпорації, імперії, то на рівні міста, району, області (або інших адміністративних одиниць), «узяти шефство» над ЗМІ може орган влади чи місцевого самоврядування. Такі явища в країнах сталої демократії вважаються негативними, адже мають значний інструментарій впливу на свободу слова й так звану «четверту владу» [45, с. 97].

Наприклад, Запорізька міська рада активно співпрацює з «Телеканалом «МТМ», газетою «Горожанін Інформ», використовує онлайнві редакції для висвітлення своєї діяльності. Запорізька обласна державна адміністрація в особі очільника області постійно долучається до телемарафону «Єдині новини», дає коментарі всеукраїнським телеканалам «Ми – Україна» та ICTV, на регіональному рівні – телеканал «Суспільне. Запоріжжя».

А. Лунд розглядає умови незаангажованого висвітлення діяльності представників влади та пише: «На місцевому рівні політики і чиновники є найбільш цитованими місцевими джерелами, тоді як виробники і підприємці посідають друге місце, ще нижчі щаблі залишаються громадським активістам. Вважається, що це усталені інституціоналізовані форми спільного виробництва, які характеризуються рутинною взаємодією з обмеженим числом джерел інформації, а це рідко призводить до незалежних розслідувань та автономної журналістської підзвітності. Прогресивні ж

репортажі, які спираються на значну кількість точок зору і різних позицій, складають меншу частку місцевих новин» [76, с. 17].

Важливість використання органами влади різних каналів медіакомунікації суттєво зростає під час виборчого процесу, коли застосовуються усі можливі платформи для трансляції основних положень передвиборних програм. Інформаційне забезпечення регламентується нормами Виборчого кодексу України, який було ухвалено Верховною Радою 19 грудня 2019 р. Порівнюючи зміни в виборчому кодексі, А. Русиняк робить такі висновки: «Специфікою діяльності ЗМІ на відміну від попереднього законодавства стала заборона агітації у своїх власних програмах, оцінювання передвиборних програм, надання будь-якої переваги партіям, кандидатам в депутати. Навіть час розміщення новини про ту чи іншу партію чи кандидата, черговість їхнього згадування тощо згідно з положеннями ВКУ можна розцінювати як «надання переваги». Саме тому в нових реаліях для ЗМІ актуалізується потреба у розробці певних правил, за якими планується висвітлення виборчого процесу» [45, с. 100].

У Запорізькій області є два основних органи місцевого управління – Запорізька обласна державна адміністрація, яку очолює Юрій Малашко, і Запорізька міська рада, яка представляє інтереси обласного центру, – її очолює секретар Запорізької міської ради Анатолій Куртев.

Запорізька обласна державна адміністрація у своїй інформаційно-комунікаційній діяльності активно використовує такі канали:

- 1) офіційний вебсайт Запорізької обласної державної адміністрації, на якому є також версія для людей із порушенням зору (Див. Додаток А) [51];
- 2) гаряча телефонна лінія Запорізької обласної державної адміністрації за номером +38 0800 503 508;
- 3) фейсбук-сторінка «Запорізька обласна державна адміністрація / Юрій Малашко», кількість читачів станом на 01.11.2023 – 22 тисячі [41];
- 4) ютуб-канал «Запорізька обласна державна адміністрація», кількість підписників станом на 01.11.2023 – 11,7 тисяч [69];

5) телеграм-канал «Юрій Малашко / Запорізька обласна військова адміністрація», кількість читачів станом на 01.11.2023 – 40 тисяч (Див. Додаток В) [55];

6) офіційна електронна пошта: e-mail adm@zoda.gov.ua.

Офіційний вебсайт ЗОДА містить такі тематичні розділи: «Головна», «Для ЗМІ», «ОДА», «Для громадськості», «Адмін послуги», «Інше». Розділ «Для ЗМІ» поділяється на підрозділи: «Новини», «Анонси», «Оголошення», «Культурні заходи». Розділ «ОДА» інформує про керівництво і структуру облдержадміністрації, а також нормативно-правову базу. Розділ «Для громадськості» має більш розширений і прикладний функціонал та складається із семи підрозділів: «Запобігання та протидія домашньому насильству», «Інформація для ВПО», «Доступ до публічної інформації», «Звернення громадян», «Пам'ятка щодо зниклих українців», «Аналогове та цифрове мовлення», «Безбар'єрність». Розділ «Адмін послуги» містить підрозділ «Інформаційні картки», а розділ «Інше» – «Регіональний офіс міжнародного співробітництва Запорізької області», «Публічні Закупівлі», «Державним службовцям», «Ліцензування господарської діяльності», «Бюджет», «Регуляторна політика», «Міжнародна технічна допомога» та «Європейська та Євроатлантична інтеграція».

Інформаційний супровід на всіх рівнях інформаційно-комунікаційної діяльності здійснює Департамент інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю облдержадміністрації. На вебсайті ЗОДА інформація публікується із постійною періодичністю, вона різножанрова та політематична. Очільник ОДА Юрій Малашко дає багато інтерв'ю, записує відеозвернення, проводить прес-конференції, постійно долучається до телемарафону «Єдині новини», дає коментарі телеканалам «Ми – Україна» та ICTV та кожного дня розповідає про оперативну ситуацію в Запорізькій області. На вебсайті ЗОДА також багато посилань на матеріали з Офісу Президента та Генштабу.

Вебсайт Запорізької обласної державної адміністрації має чітку, просту й інтуїтивно зрозумілу структуру. Головні свої функції – інформаційну, комунікативну та налагодження зв'язків із громадськістю – вебсайт повністю виконує. Керівництво вдало застосовує сучасні інформаційно-комунікаційні технології, зважаючи на позитивний вплив на процеси обміну інформацією та рівень інформатизації, в результаті чого стає можливим підвищення ефективності управлінської діяльності облдержадміністрації.

Стрічка фейсбук-сторінки «Запорізька обласна державна адміністрація / Юрій Малашко» оновлюється щоденно: тут надається стисла інформація про головні події в області, причому частина інформації дублюється з офіційного сайту, але структурно адаптується під формат соціальної мережі. Є багато репостів публікацій із соціальної тематики, наприклад, поширюється значна кількість матеріалів з офіційної сторінки «Всеукраїнської програми ментального здоров'я за ініціативою Олени Зеленської», «Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України», «Офісу Президента» тощо.

Як і в телеграм-каналі, на фейсбук-сторінці відсутня рубрикація через застосування системи хештегів, систематизації постів немає. Коментарі не закриті, на відміну від телеграм-каналу, тому користувачі можуть обговорювати ту чи іншу публікацію та висловлювати власні думки щодо порушених проблем. У телеграм-каналі такої можливості немає, проте тут можна побачити кількість переглядів публікації. Також у телеграм-каналі регулярно публікують сповіщення про початок та відбій повітряної тривоги. Натомість в інших каналах медіакомунікації ця інформація не публікується – вона найбільше відповідає формату телеграм-каналів: як правило, месенджери використовують задля міжособистісного спілкування, і усі повідомлення супроводжуються звуковим сигналом, що пришвидшує процес комунікації, тому сповіщення про повітряні тривоги користувачі отримують миттєво, у режимі реального часу.

У травні 2023 року Запорізька обласна державна адміністрація відкрила нову локацію для проведення інформаційних заходів із ЗМІ. Створений пресцентр став майданчиком для публічної комунікації влади, правоохоронних органів, військових та фахівців різних напрямків із представниками засобів масової інформації Запорізької області. На локації регулярно проводяться брифінги, звіти, звернення, пресконференції, що покращує інформування населення щодо поточної ситуації в Запорізькій області. Усі записи з Медіацентру завантажуються на офіційний ютуб-канал ЗОДА.

Запорізька міська рада у своїй інформаційно-комунікаційній діяльності активно використовує такі канали розповсюдження інформації:

1) офіційний вебсайт Запорізької міської ради. Інформацію можна за власним вибором читати українською, англійською та російською мовами (Див. Додаток Б) [50].

2) інформація щодо гарячої телефонної лінії відсутня, проте є форма для зворотного зв'язку;

3) фейсбук-сторінка «Запорізька міська рада. Офіційна сторінка», кількість читачів станом на 01.11.2023 – 7,7 тисяч [40];

4) фейсбук-сторінка «Анатолій Куртєв», кількість читачів станом на 01.11.2023 – 43 тисячі;

5) телеграм-канал «Анатолій Куртєв. Секретар Запорізької міської ради», кількість читачів станом на 01.11.2023 – 147 тисяч (Див. Додаток В) [54];

6) офіційна електронна пошта: e-mail (info@zp.gov.ua).

Місцеві органи державної влади застосовують сучасні інформаційно-комунікаційні технології з метою створення якісно нового, цифрового середовища взаємодії влади із суспільством. Це демонструє розділ «Е-сервіси», який містить перелік різноманітних електронних ресурсів, доступних кожному громадянину. Портал «Контакт-центр м. Запоріжжя 15-80» створено Запорізькою міською радою для комунікації мешканців

Запоріжжя за різними напрямками з підприємствами і організаціями, які задіяні у забезпеченні життєдіяльності міста. За допомогою Контакт-центру громадяни можуть подати звернення, заяви та пропозиції, які будуть зареєстровані в автоматизованій інформаційній системі і обов'язково передані виконавцям. У такий спосіб мешканці міста отримують змогу відслідковувати терміни виконання заявок, оцінювати рівень якості послуг та залишати відгуки про роботу виконавців, що сприяє налагодженню більш ефективної комунікації влади із суспільством.

Схожим за структурою і функціоналом є інтернет-сервіс «Електронні петиції м. Запоріжжя». Будь-який авторизований мешканець Запоріжжя може зареєструвати свою петицію та почати збір підписів. Збір голосів на підтримку петиції триває 60 календарних днів. Якщо за цей час петиція набере 750 і більше голосів громадян, вона буде передана на розгляд постійної депутатської комісії Запорізької міської ради та надіслана до профільних виконавчих органів міської ради. Якщо петиція не набере необхідну кількість голосів упродовж зазначеного терміну, вона розглядається як звернення громадян відповідно до Закону України «Про звернення громадян».

На головній сторінці офіційного вебсайту Запорізької міської ради відвідувачам надається доступ до 13 розділів: «Важлива інформація», «Адреси укріттів», «Рух транспорту», «Новини», «Влада», «Документи», «Економіка», «Суспільство», «Е-сервіси», «Корисне», «ЄВідновлення», «Місто» і «Відео сесій ради». Також на сайті є розділ «Зворотній зв'язок», де наявна електронна форма звернення, доступна для будь-якого користувача, і контактна інформація: адреса, графік роботи Запорізької міської ради, а також гіперпосилання: «Телефонний довідник», «Структура влади», «Карта сайту». Використання різних способів інтерактивного зв'язку та сучасного інтерфейсу заслуговує на позитивну оцінку, адже це значно спрощує комунікацію з громадськістю й забезпечує дійсно ефективну двосторонню комунікацію.

Рубрика «Важлива інформація» відбиває сенс своєї назви: тут розміщено найбільш актуальну інформацію – з приводу запровадження комендантської години на території області з посиланням на наказ голови Запорізької обласної державної адміністрації, телефони гарячих ліній для отримання допомоги та з питань переселенців, алгоритм дій в разі виявлення зачиненого укриття в житлових будинках під час загрози або виникнення надзвичайної ситуації. Також є інформаційні блоки щодо відновлення зруйнованих будинків, отримання гуманітарної допомоги, поради про те, що робити у надзвичайних ситуаціях, альтернативні номери екстрених служб тощо.

Рубрики «Адреси укриттів» та «Рух транспорту» мають суто прикладний характер: вони містять перелік адрес захисних споруд цивільного захисту (сховищ, найпростіших укриттів) у двох варіантах для перегляду – списку та інтерактивної мапи, а також актуальну інформацію від Управління з питань транспортного забезпечення та зв'язку Запорізької міської ради щодо змін в роботі громадського транспорту.

Розділ «Новини» містить такі підрозділи: «Всі новини», «Анонси», «Фотогалерея», «Відеоматеріали», «Прес-центр», «Актуальне», «Головні», «Місто», «Влада», «Суспільство», «Освіта», «Спорт» і «Здоров'я». З одного боку, подібна рубрикація значно полегшує пошук новин за окремими категоріями, але у практичному використанні виникають певні складнощі. «Фотогалерея» оновлювалася востаннє в грудні 2021 р., «Актуальне» – в грудні 2019 р., а в підрозділах «Місто», «Головні», «Влада» і «Суспільство» публікується ідентична інформація, що ставить під сумнів доцільність використання такої кількості інформаційних блоків, а також несе додаткове навантаження на саму сторінку та ускладнює навігацію сайтом.

Важливим і обов'язковим є розділ «Відео сесій ради». Транслявання засідань (сесій) Запорізької міської ради, виконавчого комітету в мережі Інтернет сприяє підвищенню рівня довіри громадян та прозорості публічної діяльності органів влади. У розділі «Відео сесій рад» розміщені посилання на

відеотрансляції сесій за поточний рік. Трансляцію забезпечує Телеканал МТМ Запоріжжя, засновником якого (юридична назва – КП «Муніципальна телевізійна мережа») є Запорізька міська рада.

Як і у випадку із ЗОДА, офіційний сайт у ЗМР є головним джерелом розповсюдження інформації, але для залучення більшої кількості аудиторії і для зручності комунікації створені також фейсбук-сторінка і телеграм-канал. Аудиторія телеграм-каналу Анатолія Куртева велика – 140 тисяч підписників, кількість переглядів також значна – в середньому 55 тисяч переглядів, що свідчить про високу популярність цього каналу серед мешканців Запоріжжя.

Позитивною тенденцією можна вважати вплив аудиторії на контент телеграм-каналу: наприклад, протягом 2022 року майже кожного ранку в телеграм-каналі публікувався звіт про рух трамваїв, тролейбусів та зміни у графіку руху громадського транспорту, натомість деякі суспільно важливі теми оминалися – це породило низку «мемів» і жартів серед містян, телеграм-канал Анатолія Куртева почали ототожнювати з трамваями, користувачі створили стікери-наліпки із зображенням трамваїв. Як наслідок, невдовзі повідомлення припинили публікувати щодня на каналі і повністю перемістили їх у розділ «Рух транспорту» на офіційному сайті. Це свідчить про те, що зворотний зв'язок насправді функціонує, і думки читачів беруть до уваги.

У цьому телеграм-каналі також публікують сповіщення про початок та кінець повітряної тривоги, інформацію від Генштабу, короткі замітки про події, в яких брав участь Анатолій Куртев або його заступники, привітання. Така ж інформація подається і на фейсбук-сторінці.

Враховуючи, що ЗМР та ЗОДА мають постійно оновлювати інформацію і забезпечувати роботу усіх каналів медіакомунікацій, їм необхідна значна кількість працівників. Зазвичай пресслужба державної виконавчої служби є окремим відділом, головна мета якого полягає у своєчасному і правдивому висвітленні діяльності державної влади і

підтримці зв'язків із засобами масової інформації і громадськістю. У Запорізькій міській раді функції пресслужби виконує Управління внутрішньої політики, преси та інформації, а в Запорізькій обласній державній адміністрації – Департамент культури та інформаційної політики.

Керівник пресслужби повинен не тільки забезпечувати підготовку матеріалів для зустрічей керівництва фірми (організації) із журналістами, а й самостійно контактувати з ними, роз'яснювати представникам ЗМІ позицію з різних проблем. У штаті великих фірм, політичних структур запроваджується посада пресекретаря – працівника, який забезпечує інформаційні потреби першого керівника держави, уряду, фірми (організації), реалізує у взаємодії зі ЗМІ представницькі, публічні функції. Часто ці обов'язки виконують журналісти, але такий підхід не виправдовує себе, оскільки журналістська робота суттєво відрізняється від функціонального навантаження пресекретаря в органах місцевої влади.

Завдяки роботі пресслужб діяльність держави і її органів на місцях набуває відкритого, загальнодоступного характеру, що у свою чергу сприяє розумінню суспільством тих чи інших дій держави. Перебуваючи у постійному контакті зі ЗМІ, співробітники державних пресслужб роз'яснюють позитивні сторони дій уряду, виправляють недостовірну чи помилкову інформацію про уряд. Однак це не повинно бути єдиним напрямком у їхній роботі. Співробітникам державних пресслужб необхідно пам'ятати про те, що вони в рівній мірі відповідальні як за імідж держави в очах громадськості і журналістів, так і за імідж ЗМІ та журналістів в очах держави.

З іншого боку, оскільки пресслужба є сполучною ланкою між органом виконавчої влади і громадськістю в сучасних умовах відкритого суспільства, на неї покладені функції моніторингу й аналізу громадської думки. Ця функція виявляє пряму спорідненість діяльності пресслужби з маркетингом, соціологією і зв'язками з громадськістю. Реалізація цієї функції передбачає

здобуття зворотної інформації, актуальних відомостей про стан об'єктивної дійсності, необхідних для здійснення і корекції функціонування всієї влади.

Отже, органи державної влади використовують різноманітні канали медіакомунікацій для спілкування з громадськістю та поширення інформації про свою діяльність. Наразі Запорізька міська рада та Запорізька обласна державна адміністрація з цією метою розповсюджують інформацію на своїх офіційних вебсайтах, у соціальних мережах та месенджерах, діяльність яких регулює пресслужба або цілий департамент. Також до каналів медіакомунікації належить офіційна електронна пошта та відеохостинг «Ютуб».

Кожен з каналів має свої особливості подання контенту. На сайтах зазвичай публікують більш деталізовану інформацію про події, звіти тощо. В телеграм-каналах та на сторінках в соціальних мережах інформація адаптується під відповідну платформу: сповіщення про повітряні тривоги найкраще корелюються із форматом месенджера, а тому з'являються саме тут, на фейсбук-сторінках подається лаконічна інформація про головні події міста та області, при цьому вона часто є ідентичною за змістом матеріалам з вебсайту, але структурно адаптована під формат цієї соціальної мережі.

У такий спосіб, влада почала виходити за межі звичних каналів комунікації: і для забезпечення зворотного зв'язку, і задля вирішення проблем долучає різноманітні автоматизовані електронні сервіси та застосунки.

РОЗДІЛ 3

РАКУРСИ ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ВЛАДИ У ЗАПОРІЗЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА

3.1 Особливості повідомлень про місцеву владу на сайтах «МТМ» та «Суспільне»

Ще декілька років тому основними джерелами інформації про діяльність органів місцевої влади для більшості громадян були регіональні телеканали. Уявити діяльність органів державної влади на регіональному рівні без офіційного каналу, який представляє інтереси області та міста, було неможливо, адже сюжет на каналі був важливою репутаційною складовою і потужним каналом розповсюдження інформації. Якщо в місті відбувався будь-який захід, особливо за участю представників влади і про це не знімали сюжет, то це означало, що рівень значущості інформації недостатній.

Розвиток інтернету й інформаційних технологій, створення конвергентних ЗМІ та кросмедіа спричинили пришвидшення процесу розповсюдження інформації. В інтернет-медіа вона потрапляла набагато швидше, в онлайн-режимі (тобто режимі реального часу), і телевізійникам вже довелося докладати зусиль для того, щоб ефірний час був постійно чимось зайнятий, хоча до цього саме їх першими запрошували на будь-які заходи, а телесюжети завжди додавали значущості й вагомості будь-яким подіям суспільного життя.

З еволюцією онлайн-медіа телеканали стали неконкурентоздатними на медіаринку. Однією з головних стала проблема фінансування телеканалів, утримувати які без спонсорів та великої кількості реклами майже неможливо. Дорогим є не тільки актуальний час ефіру, а й сам процес телевиробництва.

Усі ці процеси відбулися і на регіональному телебаченні Запоріжжя: у 2023 році два місцевих телеканали анулювали ліцензію та припинили

виробництво власного продукту та мовлення: «Алекс» насамперед із політичних причин, «ТВ-5» – з економічних. Наразі залишаються два регіональних телеканали, які змінили свій статус в результаті інтеграції в інтернет-простір та перетворилися на кросмедіа: це «Суспільне» та «МТМ». Зважаючи на те, що головною платформою мовлення для них сьогодні стають інтернет-сайти, ці ресурси можна вважати онлайн-медіа. Найвищий рівень довіри серед містян сформувався на сьогодні до «Суспільного», а телеканал «МТМ» багатьма сприймається як провладний канал через зв'язки із Запорізькою міською радою.

Трансформації відбуваються наразі й на рівні інформаційних пріоритетів аудиторії. Під час повномасштабного вторгнення органи державної влади та місцевого самоврядування часто стали ігнорувати або відхиляти інформаційні запити журналістів, посиляючись на закони щодо обмеження доступу до публічної інформації під час воєнного стану, або надавати інформацію не в повному обсязі, приховувати відкриту інформацію чи створювати перепони для її збирання. Тому наразі аудиторія часто виявляє недовіру до офіційних джерел та шукає інформацію у соціальних медіа або у ЗМІ, які зберігають критичність по відношенню до влади.

Мобільність у поданні інформації в сфері державного управління відіграє важливу роль та дає можливість управляти процесом у подальшому, адже хто перший подав інформацію – той і є її володарем та автором, що особливо важливо у процесі формування громадської думки з важливих питань. А. Сіленко влучно зауважує з цього приводу: «Таким чином, зв'язок між реальним об'єктивним політичним процесом і тим, як його сприймають громадяни, фундаментально залежить від того, на що звернуть увагу засоби масової інформації» [53, с. 97].

Саме тому діяльність Запорізької обласної державної адміністрації й Запорізької міської ради привертає увагу регіональних онлайн-медіа та активно висвітлюється ними в мережі («Акцент», «Перший Запорізький», «Форпост. Медіа» тощо), а також на регіональних телеканалах

(«Муніципальний телеканал м. Запоріжжя» (МТМ), телеканал АТ «НСТУ» Суспільне. Запоріжжя»).

Для того, щоб у громадян сформувалося повноцінне та адекватне уявлення про події у тому чи іншому регіоні, їм недостатньо споживати інформацію лише з офіційних каналів влади. Важливо також стежити за повідомленнями регіональних онлайн-медіа. Австралійський дослідник Джон Кін зазначає, що претендувати на увагу можуть новини будь-якого рівня: «Кожен крок влади – на місцевому чи загальнонаціональному рівні – має вплив на потенційну аудиторію, а все, що якимось позначається на аудиторії, є новиною. Щоб випуски новин не засмічували повідомлення з мерії, є правило – повідомляти лише новини, які мають найпотужніший вплив на найбільшу кількість людей... Коли дії та ідеї можуть перевернути суспільство, тоді такий конфлікт є новиною» [25, с. 96].

У взаємовідносини влади з громадськістю втручається третя сила, яка впливає на масову свідомість та формує через ЗМІ громадську думку. ЗМІ в такому випадку виконують роль наглядової журналістики. Діяльність органів місцевої влади активно висвітлює «Телеканал МТМ Запоріжжя». Він не лише забезпечує щодобово 24 години власного мовлення, а й має активний вебсайт з рубриками «Місцеві новини», «Прес-факт», «Новини культури», «Політичні новини» та «Новини спорту». Завдяки технічному оновленню «Телеканал МТМ Запоріжжя» забезпечує пряму трансляцію важливих подій (сесії Запорізької міської ради, концерти, футбольні матчі, інші спортивні змагання та масові заходи), які відбуваються у м. Запоріжжі. Проте цей канал не можна назвати незаангажованим і незацікавленим представником медіапростору регіону, адже його засновником є Комунальне підприємство «Муніципальна телевізійна мережа» Запорізької міської ради. Діяльність телеканалу фінансується за рахунок коштів місцевого бюджету, що ставить під сумнів прозорість і неупередженість під час висвітлення діяльності ЗМР.

У багатьох матеріалах сайту, зокрема у рубриках «Місцеві новини» і «Політичні новини», постійно фігурує Секретар міської ради Анатолій Куртєв, при цьому немає жодних критичних зауважень з приводу його діяльності. Унаслідок впливу окремих державних органів та посадових осіб на редакційну політику державних і комунальних ЗМІ, які є фінансово та організаційно залежними від органів державної влади та органів місцевого самоврядування, суспільство отримує незбалансовану та необ'єктивну інформацію про роботу органів влади.

У публікаціях на сайті онлайн-медіа «МТМ» дуже часто згадується діяльність Запорізької міської ради. Наприклад, це такі публікації: «Засідання міської ради з питань охорони здоров'я: вирішили нагальні питання» від 31 березня 2023 р., «Благоустрій міста: перевірка санітарного стану» від 7 квітня 2023 р., «У Запоріжжі оновили алгоритм боротьби із амброзією» від 19 квітня 2023 р., «У Запоріжжі працює програма з відновлення вікон, пошкоджених внаслідок обстрілів» від 4 травня 2023 р., «Позачергова сесія запорізької міської ради: важливі питання для міста» від 31 травня 2023 та інші.

Такі публікації мають спільні риси: усі вони – інформаційні повідомлення на суспільно важливі теми, але в них немає відповіді на запитання, чи вирішилися згадувані проблеми. Наприклад, чи зробили якісь кроки щодо боротьби з амброзією, чи вставили вибиті внаслідок обстрілу вікна, чи просто констатували факт наявності проблеми. Під час висвітлення діяльності органів місцевої влади журналістам недостатньо лише поінформувати населення про те, що ЗМР або ЗОДА провели сесію або нараду, адже цю функцію виконують офіційні канали медіакомунікації влади, такі як сайт, соціальні мережі, телеграм-канали. Таким чином, телеканал МТМ частково перетворюється на ще один канал для транслявання провладної позиції, а не на незалежне ЗМІ, яке звітує про діяльність або бездіяльність влади щодо вирішення нагальних проблем для міста. Регіональні ЗМІ мають акцентувати увагу на проблемах і заохочувати владу їх вирішувати.

Телеканал «МТМ» на сьогодні є кросмедійним ресурсом, який для розповсюдження інформації використовує, окрім сайту, ще й такі платформи як «Ютуб», «Твіттер», «Телеграм» й «Інстаграм». На телеканалі, на сайті та в ютубі регулярно виходить проєкт «Це важливо» у форматі інтерв'ю з політиками, представниками виконавчої влади, громадськими діячами, культурними діячами та ін. Під час інтерв'ю обговорюються актуальні питання для м. Запоріжжя і Запорізької області. У період з 01.01.2023 по 31.10.2023 було випущено 23 інтерв'ю з представниками міської і обласної ради, 21 інтерв'ю з Анатолієм Куртевим, його заступниками і директорами профільних департаментів ЗМР, і всього 2 інтерв'ю з очільником ЗОДА Юрієм Малашком (Див. Додаток Г).

Вперше у 2023 році Юрія Малашка запросили до студії на розмову у випуску «Це важливо. Інтерв'ю з Юрієм Малашком від 30.06.2023», де обговорювалися такі важливі теми як терористична загроза на ЗАЕС, екологічні та економічні наслідки підриву Каховської ГЕС для Запорізької області, збереження археологічного та культурного спадку після обміління Дніпра та Каховського водосховища [66]. Ведучий Олексій Савицький акцентував увагу на тому, що Юрій Малашко завітав до них у студію вперше (тоді як станом на 30.06.2023 з Анатолієм Куртевим і його заступниками вийшло вже 7 інтерв'ю).

Посаду очільника ЗОДА Юрій Малашко обійняв ще 09 лютого 2023 р., і було б цілком логічним запросити його раніше. Під час другого (і останнього) інтерв'ю «Це важливо. Інтерв'ю з Юрієм Малашком від 24.08.2023», обговорювали інтенсивність обстрілів цивільної інфраструктури міста, евакуацію населення з найбільш небезпечних населених пунктів області і форму навчання у поточному році [67]. З того часу Малашка більше не запрошували на інтерв'ю, хоча інформаційних приводів у прифронтовому місті, безперечно, завжди вистачає.

У такий спосіб, навіть просте кількісне порівняння демонструє нерівномірність у висвітленні діяльності Запорізької міської ради та

Запорізької обласної державної адміністрації: онлайн-медіа «МТМ» набагато більше уваги приділяє діяльності Запорізької міської ради і віддає перевагу саме представникам міської влади, а не обласної.

У розмовах з представниками ЗМР журналісти цього медіа часто уникають дійсно важливих для суспільства питань. Наприклад, 28 липня 2023 р. до студії був запрошений Всеволод Козлов, директор новоствореного КП «Муніципальна варта». У випуску обговорювалися питання повноважень та юридичних підстав діяльності «Муніципальної варти», а також підсумки роботи діяльності КП [65].

Комунальне підприємство «Муніципальна варта» від самого початку свого існування почало бентежити жителів Запоріжжя: на сайті Запорізької міської ради одразу була створена і опублікована петиція «Про внесення змін щодо діяльності «Муніципальної варти» м. Запоріжжя під час військового стану», яка була зареєстрована 13.06.2023, і за короткий термін набрала необхідні 750 голосів для розгляду. У петиції зазначено: «Пропоную на період дії військового стану заборонити діяльність Муніципальної варти м. Запоріжжя. В зв'язку з тим, що фінансування муніципальної варти відбувається з бюджету міста, вважаю за недоцільне збільшення навантаження на бюджет міста, збільшуючи розмір його витрат на суму, необхідну для фінансування муніципальної варти. Кошти, які таким чином буде вивільнено, вважаю за доцільне направити на допомогу для родин, які постраждали від агресії Російської Федерації» [12].

Проте під час сесії, яка відбулась 12 липня 2023 р., більшість депутатів Запорізької міськради не виявили бажання призупиняти діяльність КП «Муніципальна варта» та заощадити таким чином кошти під час воєнного стану. «За» проголосували лише 18 депутатів з 44 присутніх (для прийняття рішення були необхідні 33 голоси). Місяць потому, листом №ЕлП-0098 від 19.07.2023 за підписом Секретаря міської ради, було надано відповідь, в якій зазначалося: «За результатами голосування, депутатами Запорізької міської не було підтримано зазначений проєкт рішення та електронну петицію.

Дякуємо за Вашу активну громадську позицію та небайдужість до питань життєдіяльності міста» [12]. Разом із тим, в інтерв'ю з В. Козловим незадоволення мешканців міста ігнорується, натомість акцентується увага на тому, як комунальне підприємство «Муніципальна варта» завойовує довіру містян своєю діяльністю, хоча інтерв'ю вийшло вже після підписання петиції громадянами.

У такий спосіб офіційні джерела, такі як пресслужба Запорізької міської ради та онлайн-медіа «Телеканал МТМ Запоріжжя» залишили поза увагою реакцію містян на важливі зміни у суспільно-громадському житті. Водночас із критикою цієї ініціативи ЗМР виступили інші онлайн-медіа: «Запорізький центр розслідувань» (матеріал під заголовком «Муніципальна варта Запоріжжя: для чого вона існує і що із нею буде в майбутньому» від 30 серпня 2023 р. [37]), «Форпост. Медіа» (матеріал «Запорізькі депутати відмовились припинити діяльність КП «Муніципальна варта»: подробиці» від 17 липня 2023 р. [18]) та інші.

Онлайн-медіа «Суспільне Запоріжжя» досить нейтрально поставилося до створення нового комунального підприємства. У матеріалі під заголовком «У Запоріжжі з'явилась "Муніципальна варта"» від 6 червня 2023 р. не надається жодних оцінок і коментарів щодо цих подій, журналісти обмежуються стислим інформаційним повідомленням про створення нового органу [58]. Це відповідає загальній інформаційній політиці «Суспільного», журналісти якого намагаються дотримуватися професійних стандартів висвітлення новин, зокрема принципу об'єктивності. Проте при цьому порушується стандарт балансу думок, адже зважаючи на незадоволення громади, не можна було проігнорувати ставлення містян до цієї події.

Актуальним інформаційним приводом для запоріжців протягом усієї повномасштабної війни залишається тема облаштування укриттів, а особливо – у навчальних закладах. Це питання висвітлюється в усіх місцевих медіа, а також в різних телеграм-каналах, як професійних, так і аматорських (це предмет аналізу підрозділу 3.2).

У матеріалі телеканалу МТМ «З бюджету Запоріжжя виділили кошти на ремонт укриттів у навчальних закладах» від 6 квітня 2023 р. акцентується увага на тому, чи питання влаштування укриттів перебуває на постійному контролі в Запорізькій міській раді. Анатолій Куртєв коментує: «Нам потрібно, щоб дітки вже виходили і навчалися безпосередньо в школі. Потрібно, щоб вони спілкувалися із вчителями. І вони вже сумують, і вчителі сумують, є і завдання від Президента, і від Офісу для того, щоб ми звернули увагу на укриття саме на цей напрямок – укриття, які будуть облаштовані в закладах освіти» [17].

Станом на серпень 2023 року питання облаштування укриттів залишається відкритим, що викликає обурення у мешканців регіону, адже і школи, і дитячі садки не починають функціонувати, а великі гроші на ремонт укриттів виділяються: у тому ж матеріалі зазначено, що виділено 33 мільйони 399 тисяч.

Протягом серпня публікується ще декілька заміток на вебсайті каналу «МТМ»: «У Запоріжжі провели ремонт найпростіших укриттів у закладах освіти» від 3 серпня 2023 р., «У Запоріжжі триває облаштування тимчасових укриттів у закладах освіти» від 7 серпня 2023 р. та інші. Проте після ознайомлення у читача взагалі немає розуміння, яку кількість шкіл підготували, яку кількість грошей використали, скільки укриттів готові до експлуатації і чи готове місто приймати учнів до школи за змішаною формою навчання за умови проведення занять в укритті. Згодом, 11 серпня 2023 р., виходить замітка «Новий навчальний рік у Запоріжжі: безпечна освіта» про брифінг Юрія Малашка. Журналісти «МТМ» цитують очільника ЗОДА: «Навчальний процес 2023-2024 року буде здебільшого проходити дистанційно. Нині усім вимогам відповідають лише 12 закладів в області» [38], що хоча б роз'яснює ситуацію для освітян та батьків.

На сайті «Суспільного» 28 серпня 2023 р. була опублікована замітка «У Запорізькій області навчальний рік стартує в дистанційному форматі, а в подальшому залежатиме від безпекової ситуації» [60], яка повністю

повторює ті тези, які транслиувала місцева влада і на початку 2023 року. Але ми можемо бачити, що влада на місцевому рівні і регіональні онлайн-медіа протягом тривалого часу здійснюють контроль над процесом фінансування і облаштування укриттів у школах.

Також вони контролюють процес створення модульних укриттів комбінованого типу. До прикладу, журналісти «Суспільного» під час підготовки статті «У Запоріжжі встановлюють нові модульні укриття. Що відомо?», опублікованої 11 листопада 2023 р., поспілкувалися з містянами, міською владою, головою обласної державної адміністрації та начальником Управління патрульної поліції в Запорізькій області щодо цієї ініціативи. У такий спосіб «Суспільне» висвітлює ситуацію з різних боків і дає змогу потенційному реципієнту самостійно визначитися зі своїм ставленням до подій, що відповідає новинному стандарту дотримання балансу думок.

Онлайн-медіа «МТМ» публікує на сайті матеріал з тієї ж теми, проте більш компліментарного характеру. У замітці «У Запоріжжі з'явилося перше модульне укриття» від 09 листопада 2023 р. журналісти пишуть: «І каву випити, і тривогу перечекати. У Запоріжжі з'явилося перше модульне укриття. Незабаром такі споруди відкриють по всьому місту, додають в міськраді. Вони здатні захистити людей від уламків та вибухових хвиль» [59]. У матеріалі немає думок місцевих мешканців з приводу створення таких укриттів, відсутня критична складова, лише знову транслиється теза про корисну для містян ініціативу, при цьому обійдено увагою питання, а чи на часі такі укриття для мешканців, адже збоку це виглядає як новий бізнес.

На сайті «Суспільне. Новини» є рубрика «Новини регіону – Запорізька область». Тут журналісти часто висвітлюють діяльність Запорізької обласної держадміністрації та Запорізької міської ради. Вони оперативно повідомляють про місцеві події та важливі проблеми, а також створюють можливості для обміну інформацією між мешканцями регіону та представниками влади, допомагають у вирішенні повсякденних соціальних

та інших проблем і подекуди навіть змушують владу звертати увагу на проблеми регіону та коригувати свою діяльність.

Наприклад, у замітці «Майже півтора мільйона гривень виділить Запорізька міська рада на ремонт приміщень підвалу під укриття» від 04 квітня 2023р. журналісти аналізують діяльність ЗМР, проводять моніторинг системи публічних закупівель «Прозоро» та звертають увагу на одну із закупівель [16]. За якою адресою містяни зможуть знайти нове укриття в Запоріжжі, в тендерній документації не вказано. У п. 4.3 зазначається, що це буде саме в Запоріжжі. Журналісти пишуть: «Суспільне намагалося дізнатися додаткову інформацію, зокрема адресу розташування приміщень, за вказаним в оголошенні телефоном. Однак у виконавчому комітеті Запорізької міської ради нам відмовили, наголошуючи, що всі деталі повідомляють тільки учасникам закупівель» (див. Додаток Г) [30].

Обрана стратегія сприяє зростанню довіри мешканців Запоріжжя до редакції в цілому і до інформації, яку в подальшому будуть надавати кросмедійні платформи «Суспільного». У цього інформаційного приводу є продовження: у замітці під заголовком «Запорізький виконком скасував тендер на майже півтора мільйона гривень щодо ремонту приміщень підвалу під укриття» від 24 квітня 2023 р. повідомляється, що тендер скасовано через неможливість усунення виявлених порушень законодавства у сфері публічних закупівель, а на запит щодо адреси укриття влада повідомила, що «інформація про місце надання послуг несе загрозу безпеці замовника та/або постачальника» [30]. Це свідчить про те, що влада ігнорує або відхиляє інформаційні запити не тільки журналістів, посилаючись на закони щодо обмеження доступу до публічної інформації під час воєнного стану. У цьому випадку ми можемо бачити комплексну роботу журналістів «Суспільного», аналіз ситуації, ознаки журналістського розслідування і намагання розібратися у проблемі з усіх боків, із залучанням представників органів місцевої влади та навіть підприємців.

Не завжди журналісти «Суспільного» вдаються до критики. Часто вони публікують матеріали, які не містять оцінок, коментарів та суджень, що відповідає професійним вимогам до інформаційних жанрів. Так, наприклад, у замітці «Четвертий етап медичної реформи на Запоріжжі: що зміниться» від 09 січня 2023 р. читачам повідомляють, які зміни відбудуться після ухвалення відповідного рішення на сесії Запорізької міської ради у грудні 2022 року [63].

У такий самий спосіб висвітлюються важливі теми під час воєнного стану, наприклад, у таких матеріалах: «Запорізька міська рада виділить понад 2 мільйони гривень на розробку документації для нової системи оповіщення» від 26 вересня 2023 р., «У Запоріжжі перейменували вулицю на честь 128-ї Закарпатської бригади» від 05 жовтня 2023 р. та ін. Журналісти «Суспільного» об'єктивно і неупереджено висвітлюють події, які відбуваються в Запорізькій області та у Запоріжжі, а в разі виникнення дискусійних питань виступають із критикою і намагаються отримати від влади відповіді навіть на незручні запитання.

Якщо новина здається важливою представникам місцевих органів влади, це ще не означає, що для ЗМІ це стане достатнім інформаційним приводом для обговорення та публікації. Саме тому регіональне онлайн-медіа «Суспільне» не перетворюється на аналог сайтів мерії і облдержадміністрації, на відміну від телеканалу «МТМ».

Отже, регіональні телеканали вже не можна назвати головним джерелом новин для місцевих мешканців, натомість онлайн-медіа сьогодні здатні витримати конкуренцію на медіаринку. У Запорізькій області продовжили діяльність лише ті регіональні телеканали, які стали кросмедійними ресурсами та інтегрувалися в інтернет-мережу, а саме «Муніципальний телеканал м. Запоріжжя» (МТМ) та АТ «НСТУ» Суспільне. Запоріжжя».

Сайт онлайн-медіа «Суспільне» наразі має більший успіх серед користувачів мережі, оскільки редакція дотримується професійних

стандартів новинної журналістики і у такий спосіб сприяє поширенню плюралізму думок у медіапросторі й забезпечує доступ громадян до об'єктивної та повної інформації. Натомість на телеканалі та сайті «МТМ», засновником якого є Запорізька міська рада, є очевидні ознаки замовності – однобічне висвітлення діяльності органів місцевої влади, переважання схвальних оцінок, замовчування дискусійних питань.

Актуальною проблемою і на всеукраїнському, і на регіональному рівні сьогодні залишається існування ЗМІ, підзвітних не владі, а громадськості, вільних від будь-якого впливу як з боку політичних лідерів, так і з боку приватних осіб. Окрім функції моніторингу та інформування, журналісти мають дбати про реалізацію функції соціального контролю та неупередженої критики щодо дій представників влади, що відкриває шляхи до стабілізації чи поліпшення суспільно-громадського життя. Якщо журналісти самі обиратимуть інформаційні приводи, гідні уваги, та формуватимуть інформаційний порядок денний, то не буде надмірної зосередженості на діях місцевої влади та спотворення реальної картини світу. Наразі для Запорізького регіону залишається актуальною проблема широкого поширення матеріалів з ознаками замовності, зокрема винятково позитивної чи негативної інформації про діяльність органів місцевої влади.

3.2 Специфіка інформування громадськості про дії влади в місцевих інтернет-виданнях

Регіональні інтернет-видання мають великий вплив на аудиторію в Запорізькій області. Завдяки оперативності і зручності споживання контенту саме за допомогою онлайн-платформ найбільшу популярність мають такі медіа як «Перший Запорізький», «061.ua», «Форпост. Медіа». Усі ці видання мають свої власні вебсайти, де висвітлюють події, які відбуваються у Запорізькій області. Вони мають прозору редакційну політику, несуть відповідальність за свій контент та є професійними ЗМІ.

Сайт «061.ua» засновано 1 квітня 2009 р. як частину всеукраїнської мережі міських сайтів CitySites – незалежних довідково-інформаційних інтернет-ресурсів. Вебсайт «Форпост» є відкритою і незалежною медіаплатформою. Інформації про заснування та власників інтернет-видання «Перший Запорізький» на сайті не надається.

Перехід від традиційних видань до онлайн-медіа надав можливість людям набагато швидше дізнаватися інформацію. Усі ці інтернет-видання на своїх сторінках оперативно висвітлюють новини про події у Запорізькому регіоні. Запорізькі онлайн-видання є ближчими до повсякденних проблем та мешканців області або міста і, на відміну від загальнонаціональних, приділяють увагу важливим питанням конкретного регіону.

У Запорізькій області через зв'язки традиційних моноплатформних ЗМІ з олігархатом рівень довіри аудиторії до традиційних медіа останнім часом помітно знизився. Саме тому у процесі висвітлення діяльності органів місцевої влади в Запоріжжі виграють онлайн-медіа: вони не тільки швидко розповсюджують інформацію і реагують на запити населення, а й часто втілюють завдання соціальної критики та громадського контролю, що зі свого боку є дуже важливою умовою існування демократичного суспільства. Інтернет-ресурси на місцях сприймаються як більш оперативні і незалежні канали розповсюдження інформації, вони надають змогу швидкої перевірки фактів, а завдяки інтерактивності читачі можуть одразу прокоментувати ту чи іншу новину та дізнатися думки інших користувачів.

Сайт онлайн-медіа «Форпост» позиціонується засновниками як частина інформаційного агентства «Форпост. Медіа». У матеріалах «Форпосту» журналісти досить часто займають критичну позицію й акцентують увагу на недоліках діяльності влади. Ілюстрацією такої інформаційної стратегії можна вважати, наприклад, публікацію під заголовком «Запорізьким посадовцям загрожує 12 років позбавлення волі за «дерибан» гуманітарки» від 30 серпня 2023 р. У статті зазначається: «Повідомляється, що під час обшуків у посадовців Запорізької міської ради було виявлено: незареєстровану

вогнепальну зброю та набой до неї; велику кількість готівки, речовини, схожі на наркотичні засоби, які направлені на експертизу. Співрозмовники УП у правоохоронних органах зазначили, що йдеться про заступницю голови Запорізької ОДА Злату Некрасову і секретаря Запорізької міської ради Анатолія Куртева» [19]. Журналісти не приховують такої інформації від читачів, але й не коментують цих фактів, завдяки чому мешканці міста можуть зробити самостійні висновки щодо представників органів влади.

Про обшуки повідомив і сам Анатолій Куртєв в офіційному телеграм-каналі 30 серпня 2023 р. Він заявив: «Відкритість та прозорість завжди були основними принципами моєї роботи. Саме тому сьогодні зранку я особисто повідомив вам про слідчі дії, які проводилися у міськраді» [54].

Цю тему висвітлювали й інші регіональні онлайн-медіа. На сайті «Форпосту» 14 листопада 2023 р. опубліковано статтю «10 мільйонів, які НАБУ вважало «куртєвськими» в гуманітарній справі, віддали на ЗСУ» [71]. У ній повідомляється, що «230 тисяч доларів та іншу готівку сумарно на 10 мільйонів гривень, які НАБУ вилучило в минулому році під час обшуків у помешканні в.о. міського голови Анатолія Куртева у провадженні з розкрадання гуманітарної допомоги, перерахували на допомогу ЗСУ» [71]. Маніпулятивний підтекст одразу кидається в очі: факт передачі грошей на ЗСУ сприймається як спроба відбілення репутації самого Анатолія Куртева. Журналісти «Форпосту» критично коментують цю справу: «Можна вважати, що погодившись на передачу вилучених грошей на ЗСУ, слідство ніби визнало, що не буде висувати підозру Куртєву по ст.368-5 КК – «незаконне збагачення», яке фігурувало в фабулі гуманітарного провадження, хоча сума на 10 мільйонів гривень готівкою була б добрим підґрунтям для цього кроку. Також незрозуміло, чи має сенс зараз протокол, який влітку склало щодо Куртева НАЗК, щодо «невідповідності образу життя» – адже його склали саме на припущенні того факту, що ця готівка належить в.о. мера» [71].

На відміну від регіональних телеканалів, онлайн-ЗМІ більш розкуті у своїх заголовках: в умовах жорсткої конкурентної боротьби серед великої

кількості інтернет-видань журналісти використовують гучні заголовки і для «клікбейту», щоб більше людей перейшли за посиланнями. Це є порушенням професійних журналістських стандартів, адже такі заголовки формують упереджене ставлення читачів та налаштовують їх на необ'єктивне сприйняття інформації. Використання слова «куртєвські» одразу створює негативний контекст, незалежно від того, що буде написано далі. Це можна вважати ознакою маніпулятивного впливу.

На сайті «Форпосту» часто публікують подібні критичні матеріали, наприклад: «Адвокати Куртєва не змогли довести у суді, що чверть мільйона доларів, – не його» від 29 листопада 2022 р., «Запоріжжя: Суд поновив на посаді директора 5-ї лікарні Івченка, якого відсторонив Куртєв» від 19 липня 2023 р., «Куртєв знову намагається звільнити директора 5-ї запорізької лікарні» від 02 серпня 2023 р. та інші. Актуальність і важливість цих публікацій зумовлена тим, що суспільство досить бурхливо відреагувало на зміни у лікарнях і до того, як активно влада втрутилась в роботу міських лікарень, а відповідей від неї люди так і не дочекалися.

При цьому журналісти «Форпосту» не завжди публікують винятково критичні матеріали стосовно міської та обласної ради – на сайті публікуються й інформаційні повідомлення, які не містять оцінок та коментарів, наприклад, звіти щодо позачергових і основних сесій: «Депутати Запорізької міської ради проголосували за петицію про онлайн-навчання під час повітряних тривог» від 29 вересня 2023 р., «У Запорізькій області 36 закладів освіти працюють за змішаною формою навчання за рішенням місцевої влади» від 05 листопада 2023 р., «Керівник ЗОВА роз'яснив причини примусової евакуації з п'яти населених пунктів Запорізької області» від 30 серпня 2023 р. та інші.

На сайтах регіональних онлайн-медіа також є матеріали, в яких очільник ЗОВА виступає з критикою Запорізької міської ради. В матеріалі «061.ua» під заголовком «Голова Запорізької ОВА повідомив про нецільове використання бюджетних коштів посадовцями мерії» від 05 жовтня 2023 р.

процитовано Юрія Малашка: «Задля нашої перемоги на єдиному фронті ми маємо об'єднатись і боротися з найскладнішою заразою – корупцією. Але незрозуміло, чому під час забезпечення життєдіяльності нашого міста у нас створюються муніципальна варта у Запоріжжі, яка фактично дублює функції охорони. Невже в нас мало охоронних фірм? Також мені відомо про корупційні скандали, наприклад, в департаменті культури і туризму, де відмивалися бюджетні кошти з церковниками. Теж саме було з генераторами» [6].

Це свідчить про те, що журналісти «061.ua» здійснюють моніторинг того, що публікує Запорізька обласна державна адміністрація та Запорізька міська рада, і зіставляє факти. У такий спосіб журналісти надають змогу читачам скласти власне враження. Але при цьому регіональні інтернет-медіа не перетворюються на аналоги вебсайтів ЗОДА і ЗМР. Так, вони активно цитують і посилаються на коментарі посадовців, але не для того, щоб повідомити одну й ту саму новину на своїх ресурсах: таким чином онлайн-видання розставляють акценти і привертають увагу до проблемних питань, а також перевіряють заяви посадовців на відповідність реальним фактам.

Під час повномасштабної війни важливим інформаційним приводом в Запоріжжі є відбудова зруйнованих будинків внаслідок потрапляння боєприпасів. Часто журналісти інтернет-видань встигають першими поспілкуватися з очевидцями, зробити фото та відеоматеріали, взяти коментарі у представників влади та працівників комунальних підприємств або служб ДСНС.

Іноді це призводить до негативних наслідків: інформація потрапляє в медійне поле ворога, що може призвести до повторних атак або різноманітних маніпуляцій в інформаційному просторі з боку російської федерації або інших іноземних країн. В цьому контексті регіональні ЗМІ виконують наглядову функцію, або функцію соціального контролю: суми на відновлення виділяються дуже великі, і тому і містяни, і журналісти контролюють процеси відбудови.

Журналісти слідкують за усіма сесіями міської ради, під час яких затверджуються важливі рішення для міста, та інформують про це мешканців Запоріжжя. Так, наприклад, у звіті під заголовком «У Запоріжжі депутати збільшили фінансування Програми відбудови житлового фонду на 350 мільйонів гривень» від 20 квітня 2023 р. зазначається: «Сьогодні, 20 квітня, під час позачергової сесії Запорізької міськради депутатський корпус затвердив зміни до Програми відбудови житлового фонду міста Запоріжжя, зруйнованого внаслідок російської агресії на 2023-2025 рік. Розпорядниками коштів визначені два департаменти – департамент з управління ЖКГ та департамент з питань ефективної роботи та розвитку комунальних підприємств. ЖКГ отримає 160 мільйонів гривень на капітальний ремонт житлового фонду та демонтаж об'єктів, та 188 мільйона (з них 45 мільйонів гривень за рахунок інших джерел) отримає департамент з ефективної роботи КП на реставрацію та капремонт будинків з відновленням несучих конструкцій після потрапляння боєприпасів» [13]. Увесь час онлайн-видання контролюють етапи відбудови усіх будинків, постраждалих від ракет, а також за надання допомоги мешканцям зруйнованих осель.

Важливим аспектом висвітлення діяльності запорізької влади, особливо під час повномасштабного вторгнення, є питання компенсації і допомоги постраждалим. Часто журналісти дізнаються про потреби громадян і відсутність допомоги і змушують владу все ж таки виконувати свої обов'язки.

Так, журналісти онлайн-медіа «061.ua» поспілкувалися з мешканкою будинку за адресою Зестафонська, 8. У матеріалі під заголовком «Як влада (не) допомагає запоріжцям, які втратили житло через ракетні обстріли» від 07 квітня 2023 р. (див. Додаток Д) вони пишуть: «Ганна Безверхня, яка повернулася до Запоріжжя, аби оформити компенсацію, яку пообіцяла влада, розповідає, що після прильоту до будинку одразу приїхали волонтерські служби, щоб надати різноманітну допомогу постраждалим. Представники міської влади, за її словами, з'являлися тільки для фотофіксації руйнувань,

але з місцевими вони не розмовляли. На той момент, фінансова допомога, яку могли отримати мешканці зруйнованого будинку, – це гроші за статусом ВПО та підтримка від міжнародних організацій» [70].

До допомоги з боку міської влади у журналістів та жителів залишається багато запитань. Разом із тим, якщо подивитися, що транслює влада на своїх офіційних каналах медіакомунікації, то можна прийти до висновку, наче жодних проблем немає і всі мешканці зруйнованих будинків забезпечені усім необхідним.

В усіх регіональних онлайн-медіа Запорізька міська рада та безпосередньо секретар Анатолій Куртєв отримують на свою адресу більше критичних і негативних відгуків, ніж очільник ЗОДА Юрій Малашко. Це можна пояснити й тим, що очільники ЗОДА змінювалися під час повномасштабного вторгнення. Обласна рада може висловити недовіру голові ОДА, на підставі чого, з урахуванням пропозицій органу виконавчої влади вищого рівня, Президент України ухвалює рішення та дає обласній раді обґрунтовану відповідь. Якщо недовіру голові ОДА висловили 2/3 від складу обласної ради, Президент України приймає відставку голови обласної державної адміністрації. А ось щодо посади мера міста інша ситуація: його обирають шляхом голосування, а під час дії воєнного стану жодних виборів не може бути.

На сайті «061.ua» зазвичай публікуються оцінювально нейтральні інформаційні матеріали, наприклад: «Для підприємців невдовзі можуть скасувати ряд податкових пільг: що зміниться розказали в ЗОВА» від 27 лютого 2023 р., «Підготовка до посівної: запорізькі рятувальники провели розмінування полів на площі 1200 га» від 31 березня 2023 р., ««Ми не рекомендуємо масово збирати людей»: у Запорізькій ОВА пропонують перенести служби на Великдень в онлайн» від 10 квітня 2023 р., «В ОВА розповіли, хто відновлюватиме зруйновані внаслідок ворожих атак багатоповерхівки у Запоріжжі» від 22 травня 2023 р., «Військові, силовики та

бізнес: хто працює в команді заступників та радників голови Запорізької ОВА» від 09 червня 2023 р.

У подібних публікаціях інформація подається стисло, але зрозуміло і виважено, без додаткових оціночних суджень та коментарів. Зазвичай Юрій Малашко часто згадується в усіх інтернет-виданнях завдяки постійним прес-конференціям та брифінгам, які постійно проводить Запорізька обласна держадміністрація, а потім журналісти створюють інформаційні матеріали, посилаючись на офіційні джерела. Очільник області частіше йде на контакт з аудиторією і пресою, ніж Анатолій Куртєв, що впливає і на формування більш позитивного іміджу серед мешканців Запоріжжя.

Також Юрій Малашко реагує на звернення громадян та працівників різних закладів. До прикладу, на сайті «061.ua» 12 червня 2023 р. була опублікована коротка замітка «У Запоріжжі влада перевірить роботу фтизіопульмонологічної лікарні через численні скарги медпрацівників» [56]. Підставою для обговорення став допис в офіційному телеграм-каналі Юрія Малашка, в якому він зазначив, що працівники вкрай негативно висловилися про професійну діяльність адміністрації та безпосередньо керівника лікарні, саме тому він звернув увагу і почав розслідування, в результаті якого головного лікаря було відсторонено. Такі показові ситуації доводять, що скарги та звернення доходять до органів влади, і що висвітлення проблемних ситуацій міста та області може мати позитивні результати.

Онлайн-видання «Перший Запорізький» має свою специфіку висвітлення новин, пов'язаних із діяльністю органів місцевої влади. Зазвичай журналісти публікують короткі замітки з посиланнями на офіційні джерела, при цьому вони не дають власних оцінок і не налаштовують читачів на певне сприйняття інформації. Такі матеріали виконують суто інформаційну функцію, що, в цілому, притаманно ЗМІ такого типу. Так, наприклад, замітки під заголовками «У Запоріжжі виявили джерело смороду у Шевченківському районі. Фото» від 21 травня 2023 р. та «У Запоріжжі підприємець продовжує травити людей після візиту екологічної інспекції та поліції» від 23 травня

2023 р. хоч і мають хронологічну послідовність і серійність, але не мають на меті засуджувати і звинувачувати владу або будь-кого.

Журналісти «Першого Запорізького» доносять інформацію без емоційного забарвлення та оцінювальних суджень, на відміну від багатьох інших інтернет-ЗМІ і особливо аматорських телеграм-каналів. Вони пишуть про проблему і про ті дії, які вже зробила або не зробила влада для вирішення цих питань. Зазвичай вони не проводять власних розслідувань і публікують інформацію про події, які вже сталися, про наслідки різноманітних аварій і катастроф, які відбуваються на території Запорізького регіону в контексті того, як влада зреагувала на ту чи іншу подію.

Таким чином, тенденції висвітлення діяльності органів місцевої влади у запорізьких онлайн-медіа можуть змінюватися відповідно до багатьох факторів, таких як політична ситуація, популярність певних тем, інтерес громадськості та журналістів, а також самі стратегії медіа.

Регіональні онлайн-медіа, як «Форпост», «061.ua», «Перший Запорізький» активно аналізують роботу місцевих органів влади, висвітлюють успіхи, недоліки та проблеми. Це може стосуватися оцінки рішень, бюджетних витрат, програм і проєктів, запропонованих органами місцевого самоврядування. Вони більше приділяють уваги оцінці владі та контролюють вирішення різноманітних проблем у довгостроковій перспективі. А ось «Перший Запорізький» забезпечує інформацію мешканцям про події, рішення та ініціативи, які стосуються їхнього регіону, але не взаємодіє з органами місцевого самоврядування та владою для забезпечення об'єктивної та доступної інформації громадськості, й виконує насамперед інформаційну, а не аналітичну функцію.

ВИСНОВКИ

В останні роки у медіагалузі відбуваються зміни, які позначаються і на діяльності загальнонаціональних та регіональних медіа, і на поведінці аудиторії. Рівень довіри до традиційних ЗМІ стрімко падає, преса і телебачення вже не сприймаються як головні джерела новин, натомість інтернет-видання та соціальні медіа набувають все більшої популярності. Саме звідти користувачі дізнаються новини про останні події та отримують повідомлення з офіційних каналів представників місцевих органів державної влади, що в умовах воєнного стану стає одним із найбільш популярних запитів у пошукових системах мережі.

Наслідком переходу ЗМІ на єдину цифрову платформу стали процеси конвергенції та кросмедіатизації, що трансформували усю медіасистему. Регіональні медіа перебувають під впливом тих самих процесів, що відбуваються в усіх ЗМІ, проте найбільше значення для них має процес дигіталізації, оскільки він нівелює значення територіального принципу в інформаційній діяльності регіональних ЗМІ, а також зменшує їх фінансову залежність від певних соціальних груп і структур, адже процес створення і підтримки роботи онлайн-медіа потребує значно менших витрат, ніж, наприклад, телеканал. Тому локальні ЗМІ стають менш залежними від олігархату та політичних сил і більш вільними у розробці власної інформаційної політики. Водночас ті з них, які не адаптуються до нових умов і не інтегруються в інтернет-мережу, поступово зникають.

В умовах постійної конкуренції і боротьби за увагу аудиторії, головними їх завданнями стають: максимально оперативне й різнобічне висвітлення подій певного регіону, забезпечення умов для зворотного зв'язку з аудиторією, формування спільного комунікативного простору для представників влади й мешканців певної місцевості тощо.

Одними з головних завдань регіональних медіа, зокрема місцевих та гіперлокальних, є висвітлення діяльності місцевих органів державної влади,

контроль за якістю виконуваних ними функцій та обслуговування інформаційних інтересів громадськості – мешканців певного регіону, а також налагодження ефективної взаємодії з аудиторією.

Першочерговими завданнями інформаційно-комунікаційної діяльності влади на регіональному рівні є публікація офіційної інформації про її діяльність та інші аспекти, що стосуються регіону; взаємодія з громадськістю та вплив на формування громадської думки; встановлення двостороннього зв'язку за рахунок розвитку різних комунікаційних каналів, таких як офіційні вебсайти, соціальні медіа, громадські слухання, консультації тощо.

Реалізація цих завдань дозволяє виконувати такі функції: інформаційна, комунікативна, формування інформаційного порядку денного, координаційна, управлінська, ціннісно-регулятивна, інтегрувальна, соціалізації та соціальної організації, налагодження зв'язків із громадськістю, формування громадської думки тощо.

Органи державної влади використовують різноманітні канали медіакомунікацій для спілкування з громадськістю та поширення інформації про свою діяльність. Наразі Запорізька міська рада та Запорізька обласна державна адміністрація з цією метою розповсюджують інформацію на своїх офіційних вебсайтах, у соціальних мережах та месенджерах, на ютуб-каналах.

Кожен із каналів має свої особливості подання контенту. На сайтах зазвичай публікують більш деталізовану інформацію про події, звіти тощо. У телеграм-каналах та на сторінках в соціальних мережах інформація адаптується під відповідну платформу: сповіщення про повітряні тривоги найкраще корелюються із форматом месенджера, а тому з'являються саме тут, на фейсбук-сторінках подається лаконічна інформація про головні події міста та області, при цьому вона часто є аналогічною за змістом матеріалам із вебсайту, але структурно адаптована під формат цієї соціальної мережі.

У такий спосіб, влада почала виходити за межі звичних каналів комунікації: і для забезпечення зворотного зв'язку, і задля вирішення

проблем долучає різноманітні автоматизовані електронні сервіси та застосунки.

Очільник ОДА Юрій Малашко веде дуже активну інформаційно-комунікативну діяльність: він дає багато інтерв'ю, записує відеозвернення, проводить прес-конференції, постійно долучається до телемарафону «Єдині новини», дає коментарі телеканалам та щодня розповідає про оперативну ситуацію в Запорізькій області. Секретар Запорізької міської ради Анатолій Куртєв також використовує різні канали медіакомунікацій, зокрема офіційний сайт, фейсбук-сторінку, телеграм-канал, проте приділяє менше уваги двосторонньому інформаційному обміну з мешканцями міста, які часто висловлюють у соціальних медіа незадоволення з приводу виконання ним професійних обов'язків.

При цьому телеграм-канал Анатолія Куртєва має в 3,5 рази більше підписників, ніж телеграм-канал Юрія Малашка. Позитивною тенденцією можна вважати вплив аудиторії на контент телеграм-каналу секретаря ЗМР: наприклад, протягом 2022 року майже кожного ранку тут публікувався звіт про рух трамваїв, тролейбусів та зміни у графіку руху громадського транспорту, натомість деякі суспільно важливі теми оминалися – це породило низку «мемів» і жартів містян у коментарях. Як наслідок, невдовзі повідомлення припинили публікувати щодня на каналі і повністю перемістили їх у розділ «Рух транспорту» на офіційному сайті. Це свідчить про те, що зворотний зв'язок насправді функціонує, і думки читачів беруть до уваги.

У таких умовах на регіональні онлайн-медіа покладається важливе завдання: не лише дублювати інформацію з офіційних каналів влади (хоча в умовах воєнного стану це цілком виправдано і навіть необхідно), а ще й критично її оцінювати задля здійснення функції соціального контролю та координації взаємодії влади і громадськості. Лише за таких умов журналістська діяльність може бути дійсно ефективною й результативною, адже завдання журналіста – не лише інформувати аудиторію та повідомляти

про важливі події суспільно-громадського життя, а й сприяти втіленню демократичних ініціатив та розбудові громадянського суспільства. Проте реалізувати ці завдання на рівні регіональних медіа не завжди вдається.

Регіональні телеканали вже не можна вважати головним джерелом новин для мешканців Запорізького регіону. У 2023 році два місцевих телеканали («ТВ-5» та «Алекс») припинили мовлення, а ті, що залишилися («Муніципальний телеканал м. Запоріжжя» (МТМ) та телеканал АТ «НСТУ» Суспільне. Запоріжжя»), інтегрувалися в інтернет-мережу та перетворилися на онлайн-медіа, які сьогодні здатні витримати конкуренцію на медіаринку.

Найвищий рівень довіри серед містян сформувався на сьогодні до «Суспільного. Запоріжжя», а телеканал «МТМ» багатьма сприймається як провладний канал, оскільки його засновник – Комунальне підприємство «Муніципальна телевізійна мережа» Запорізької міської ради. Це, безумовно, відбивається на контенті цього онлайн-медіа. Діяльність телеканалу фінансується за рахунок коштів місцевого бюджету, що ставить під сумнів прозорість і неупередженість під час висвітлення діяльності ЗМР. У матеріалах сайту «МТМ», засновником якого є Запорізька міська рада, є очевидні ознаки замовності – однобічне висвітлення діяльності органів місцевої влади, переважання схвальних оцінок, замовчування дискусійних питань.

Сайт онлайн-медіа «Суспільне» наразі має більший успіх серед користувачів мережі, оскільки редакція дотримується професійних стандартів новинної журналістики, зокрема об'єктивності, точності і повноти інформації, балансу думок, достовірності тощо. Це сприяє поширенню плюралізму думок у медіапросторі й забезпечує доступ громадян до якісного контенту.

Свідченням якісної роботи журналістів «Суспільного» є й очевидні якісні результати їхньої діяльності: вони не лише інформують громадян про наявність проблеми, а й стежать за реакцією місцевої влади на цю проблему та за процесом її усунення. На сайті виходять серії подібних публікацій,

наприкінці яких читачів повідомляють про досягнутий результат. Це можна розглядати в контексті сучасного тренду розвитку медіагалузі – «журналістики рішень», яка має на меті не лише інформування аудиторії, а й підвищення рівня дієвості та ефективності журналістики, що на регіональному рівні має особливе значення та приносить найбільш помітні у суспільстві результати.

Не менш популярними серед містян сьогодні можна вважати й інтернет-видання регіонального рівня, зокрема «Форпост», «061.ua», «Перший Запорізький». Вони аналізують роботу місцевих органів влади, висвітлюють успіхи, недоліки та проблеми. Це може стосуватися оцінки рішень, бюджетних витрат, програм і проєктів, запропонованих органами місцевого самоврядування. Вони приділяють увагу насамперед оцінці дій влади та контролюють вирішення різноманітних проблем у довгостроковій перспективі. А ось «Перший Запорізький» забезпечує інформацію мешканцям про події, рішення та ініціативи, які стосуються їхнього регіону, але не взаємодіє з органами місцевого самоврядування та владою для забезпечення об'єктивної та доступної інформації громадськості, й виконує насамперед інформаційну, а не аналітичну функцію.

Нагальною потребою і на всеукраїнському, і на регіональному рівні сьогодні стає існування ЗМІ, підзвітних не владі, а громадськості, вільних від будь-якого впливу як з боку політичних лідерів, так і з боку приватних осіб. Наразі для Запорізького регіону залишається актуальною проблема широкого поширення матеріалів з ознаками замовності, зокрема суто позитивної чи негативної інформації про діяльність органів місцевої влади. Окрім функції моніторингу та інформування, журналісти мають дбати про реалізацію функції соціального контролю та неупередженої критики щодо дій представників влади, що відкриває шляхи до поліпшення клімату соціального життя. Лише за таких умов на регіональному рівні стане можливою розбудова демократичного громадянського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук М., Андрійчук Т. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади: навчальний посібник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 114 с.
2. Василик Л. Конвергенція та крос-медійність: дискурс термінологічної парадигми. *Вісник Національного університету Львівська політехніка*. Серія: Журналістські науки. 2017. № 1. С. 11–17.
3. Василик Л. Зміна медіа-споживання як передумова крос-медійності ЗМІ: досвід міжнародного проекту. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку*: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (12-13 жовтня 2016 р.) [наук. ред. В. М. Каленич]. Вінниця, 2016. С. 35–47.
4. Вербовий Р. Гіперлокальні медіа як різновид ЗМІ: визначення поняття, функції, видова характеристика. *Держава та регіони*. Серія: Гуманітарні науки. 2015. Вип. 2 (41). С. 73–77.
5. Галушко О., Петкевич А. Сучасний стан та перспективи розвитку глобального медіа-ринку. *International scientific e-journal*. 22.12.2019. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.31.html> (дата звернення: 05.03.2023).
6. Голова Запорізької ОВА повідомив про нецільове використання бюджетних коштів посадовцями мерії. *061.ua*. 05.10.2023. URL: <https://www.061.ua/news/3670646/golova-zaporizkoi-ova-povidomiv-pro-necilove-vikoristanna-budzetnih-kostiv-posadovcami-merii> (дата звернення: 14.10.2023).
7. Дегтяр О. Інформаційно-комунікативна діяльність в державному управлінні як інструмент інтенсифікації соціального партнерства. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2013. Вип. 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2013_9_3 (дата звернення: 15.05.2023).

8. Дзюржинський К. Місцева преса як елемент культури громадянського суспільства після 1989 р. у Польщі. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2010. Вип. 3. С. 191–199.

9. Динник І. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології та їх потенціал впливу на взаємодію держави і громадянського суспільства в умовах децентралізації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. Вип. 4. С. 152–157. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2019_4_26 (дата звернення: 12.05.2023).

10. Дніпроенко Н., Окша Н., Андрійчук Т. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади. Київ: ТОВ «Вістка», 2008. 164 с.

11. Дрешпак В. Комунікації в публічному управлінні: навчальний посібник. Дніпро: ДРІДУ НАДУ, 2015. 168 с.

12. Електронна петиція «Про внесення змін щодо діяльності "Муніципальної варти" м. Запоріжжя під час військового стану» від 13.06.2023. URL: <https://ep.zp.gov.ua/uk/petitions/pro-vnesennya-zmin-schodo-diyal-nosti-munitsypal-noyi-varty-m-zaporizhzhya-pid-chas-vijs-kovogo-stanu> (дата звернення: 07.07.2023).

13. Женченко М. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*: зб. наук. пр. 2012. Т. 49. С. 142–146.

14. Женченко М. Поняття мультимедіа, крос-медіа, трансмедіа у науковому дискурсі цифрової доби. *Наукові записки Інституту журналістики*, 2013. Том 4. Номер 67. С. 113–120.

15. Закон України «Про медіа». Верховна Рада України. 10.12.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 05.06.2023).

16. Закупівля «Послуги з поточного ремонту окремих приміщень підвалу в м. Запоріжжя з метою розміщення найпростішого укриття». URL:

<https://prozorro.gov.ua/tender/UA-2023-03-29-001625-a> (дата звернення: 15.07.2023).

17.3 бюджету Запоріжжя виділили кошти на ремонт укріплень у навчальних закладах. *МТМ Запоріжжя*. 06.04.2023 URL: <https://tvmtm.online/u-zaporizkij-miskradi-vydilyly-koshty-na-remont-ukryttiv-u-navchalnyh-zakladah/>. (дата звернення: 25.07.2023).

18. Запорізькі депутати відмовились припинити діяльність КП «Муніципальна варта»: подробиці» *Форпост*. 17.07.2023 URL: <https://forpost.media/novosti/zaporizki-deputaty-vidmovylys-prypynyty-diialnist-kp-munitsypalna-varta-podrobytsi.html> (дата звернення: 25.07.2023).

19. Запорізьким посадовцям загрожує 12 років позбавлення волі за «дерібан» гуманітарки». *Форпост*. 30.08.2023 URL: <https://forpost.media/vijna/zaporizkym-posadovtsiam-zahrozhuie-12-rokiv-pozbavlennia-voli-za-deryban-humanitarky.html> (дата звернення: 01.09.2023).

20. Змій Л. Українські регіональні засоби масової комунікації: соціологічна інтерпретація : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04 Харків, 2013. 20 с.

21. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна Київ: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.

22. Каверіна А. Медіаконвергенція як новий етап розвитку ЗМІ. *Сучасні тенденції розвитку суспільних наук*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 26–27 грудня 2014 року). Львів : ГО «Львівська фундація суспільних наук», 2014. С. 51–55.

23. Карпенко О., Дуда А. Інформаційно-комунікативна діяльність виконавчих органів місцевих рад в Україні. *Ефективність державного управління*. 2017. Вип. 4 (53). С. 133–140.

24. Качний О. Законодавчі аспекти впровадження інформаційно-комунікаційних технологій – стратегічного напрямку оптимізації державного управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2015. Вип. 5.

С. 14–15. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=853> (дата звернення: 18.05.2023).

25. Кін Джон. Мас-медіа і демократія. Пер. з англ. Гриценко О., Гончаренко Н. Київ: К.І.С., 1999. С. 256.

26. Коверга К. Особливості висвітлення проблем переселенців в регіональних ЗМІ. *Регіональні ЗМІ України: історія, сучасний стан та перспективи розвитку*: матеріали інтернет-конференції. За ред. Галича. О. Старобільськ: Вид-во ДЗ «Луганський національний університет ім. Т. Шевченка, 2017. С. 234–249.

27. Куйбіда В., Карпенко О., Риженко О. Інформаційно-комунікативна діяльність органів публічної влади: монографія. Київ: ЦП Компринт, 2019. 358 с.

28. Левченко А. Роль регіональних ЗМІ у соціокультурній, економічній та політичній системах суспільства. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2005. Т. 19. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1381> (дата звернення: 15.04.2023).

29. Луцюк І. Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 2014. Вип. 39 (2). С.152–157.

30. Майже півтора мільйона гривень виділить Запорізька міська рада на ремонт приміщень підвалу під укриття. *Суспільне. Запоріжжя*. 04.04.2023. URL: <https://suspilne.media/429690-majze-pivtora-miljona-griven-vidilit-zaporizka-miska-rada-na-remont-primisen-pidvalu-pid-ukritta/> (дата звернення: 15.07.2023).

31. Матвієнків С. Регіональні медіа: дефініція поняття та особливості функціонування у умовах російсько-української війни 2022 року / Російсько-українська війна (2014–2022 рр.): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та правові аспекти: Наукова монографія.. Рига, Латвія: “Baltija Publishing”, 2022. С. 992–999. URL:

<http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6342/13378-1?inline=1> (дата звернення: 20.04.2023).

32. Матвієнків С. Регіональні ЗМІ: функціональні особливості та вплив на інформаційний простір держави (досвід Івано-Франківщини): монографія. Івано-Франківськ: Симфонія форте, 2022. 268 с.

33. Матвієнків С. Роль ЗМІ в демократичному процесі сучасної України. *Вісник Прикарпатського університету*. Серія: Історія. Випуск 7. Івано-Франківськ: Плай, 2003. С.54–64.

34. Митко А. Інформаційна демократія: реалії та виклики часу. Монографія. Луцьк: Вежа-друк, 2014. 400 с.

35. Михайлин І. Основи журналістики. Підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

36. Мороз Н. Роль ЗМІ у формуванні громадянського суспільства в Україні. *Гуманітарний журнал*. 2012. Вип. 2–3. С. 205–210. URL: <http://gj.nmu.org.ua/pdf/2012/2-3/Moroz.pdf> (дата звернення: 10.05.2023).

37. Муніципальна варта Запоріжжя: для чого вона існує і що із нею буде в майбутньому. *Запорізький центр розслідувань*. 30.08.2023 URL: <https://incentre.zp.ua/municypalna-varta-zaporizhzhya-dlya-chogo-vona-isnuye-i-shho-iz-neyu-bude-v-majbutnomu/> (дата звернення: 07.07.2023).

38. Новий навчальний рік у Запоріжжі: безпечна освіта. *МТМ Запоріжжя*. 11.08.2023 р. URL: <https://tvmtm.online/novyj-navchalnyj-rik-u-zaporizhzhhi-bezpechna-osvita/> (дата звернення: 12.08.2023).

39. Остапець Ю. Електоральні процеси в Україні: загальнонаціональний та регіональний виміри. Львів: Львівський національний університет ім. Івана Франка, 2017. 255 с.

40. Офіційна фейсбук-сторінка «Запорізька міська рада. Офіційна сторінка» URL: <https://www.facebook.com/zporgrada/> (дата звернення: 30.06.2023).

41. Офіційна фейсбук-сторінка «Запорізька обласна державна адміністрація / Юрій Малашко» URL: <https://www.facebook.com/zoda.gov.ua/> (дата звернення: 30.06.2023).

42. Почепцов Г. Стратегічні комунікації. Стратегічні комунікації в політиці, бізнесі і державному управлінні. Київ: Альтерпрес, 2008. 224 с.

43. Різун В., Цимбаленко Є. Медіакомунікації: до визначення понять. *Українське журналістичнознавство*. 2013. Вип. 14. С. 50–56.

44. Розпорядження «Про роботу центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення відкритості у своїй діяльності, зв'язків з громадськістю та взаємодії із засобами масової інформації». Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 жовтня 2004 р. № 759-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/759-2004-%D1%80#Text> (дата звернення: 30.05.2023).

45. Русиняк А. Регіональні ЗМІ в політичній системі України: політологічний аналіз: дис. ... д-ра пол. наук : 23.00.02 / ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», МОН України, Івано-Франківськ, 2021. 257 с.

46. Русиняк А. Регіональні ЗМІ у процесі демократичних перетворень в Україні: специфіка і проблемний вимір. *Політикус*. 2020. Вип. 6. С. 51–57.

47. Самуляк О. Сучасні ЗМІ в умовах глокалізації. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2013. Вип. 38. С. 211–217.

48. Сарміна Г. Роль партиципативної культури у дигітальній журналістиці. *Медіаконтент: види, форми подачі та особливості сприйняття*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (Київ, 4 квітня 2017 р.). Київ: Інститут журналістики, 2017. С. 220–224.

49. Сарміна Г. Стратегічність в умовах крос-медійної діяльності. *Актуальні проблеми сучасного мас-медійного простору*. Херсон: ХДУ, 2016. С. 76–77.

50. Сайт Запорізької міської ради. URL: <https://zp.gov.ua/uk> (дата звернення: 23.06.2023).

51. Сайт Запорізької обласної державної адміністрації . URL: <https://www.zoda.gov.ua/> (дата звернення: 23.06.2023).

52. Синєокий О. Інформаційне право України та електронне право високих технологій: електронний курс лекцій українською мовою. URL: <http://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення: 15.05.2023).

53. Сіленко А. Інформаційні технології – новий імпульс для пошуку парадигми майбутнього суспільства. *Політичний менеджмент*. 2007. Вип.3. С. 97–98.

54. Телеграм-канал «Анатолій Куртєв. Секретар Запорізької міської ради» URL: <https://t.me/kurtievofficial> (дата звернення: 09.09.2023).

55. Телеграм-канал «Юрій Малашко / Запорізька обласна військова адміністрація» URL: https://t.me/zoda_gov_ua (дата звернення: 09.09.2023).

56. У Запоріжжі влада перевірить роботу фтизіопульмонологічної лікарні через численні скарги медпрацівників. *061.ua*. 12.06.2023 URL: <https://www.061.ua/news/3611422/u-zaporizzi-vlada-perevirit-robotu-ftiziopulmonologicnoi-likarni-cerez-cislenni-skargi-medpracivnikiv> (дата звернення: 07.09.2023).

57. У Запоріжжі депутати збільшили фінансування Програми відбудови житлового фонду на 350 мільйонів гривень. *061.ua*. 20.04.2023 URL: <https://www.061.ua/news/3583621/u-zaporizzi-deputati-zbilsili-finansuvanna-programi-vidbudovi-zitlovogo-fondu-na-350-miljoniv-griven> (дата звернення: 09.09.2023).

58. У Запоріжжі з'явилась "Муніципальна варта". *Суспільне. Запоріжжя*. 18.06.2023 р. URL: <https://suspilne.media/501601-u-zaporizzi-zavilas-municipalna-varta> (дата звернення: 25.07.2023).

59. У Запоріжжі з'явилося перше модульне укриття. *МТМ Запоріжжя*. 09.11.2023 р. URL: <https://tvmtm.online/u-zaporizhzhzhi-zyavylos-pershe-modulne-ukryttya/> (дата звернення: 10.11.2023).

60. У Запорізькій області навчальний рік стартує в дистанційному форматі, а в подальшому залежатиме від безпекової ситуації. *Суспільне. Запоріжжя*. 28.08.2023. URL: <https://suspilne.media/560683-u-zaporizkij-oblasti-navcalnij-rik-startue-v-distancijnomu-formati-a-v-podalsomu-zalezatime-vid-bezpekovoї-situacii/> (дата звернення: 30.08.2023).

61. Фурса О. Глобалізм та регіоналізм в сучасному соціальному просторі. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2008. Вип. 34. С. 229–237.

62. Чернявська О., Змій Л. Розвиток регіональних ЗМК в Україні в умовах глобалізації комунікативного простору. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. 2013. №1045. Вип. 30. С. 126–133. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISD_2013_1045_30_22 (дата звернення: 18.03.2023).

63. Четвертий етап медичної реформи на Запоріжжі: що зміниться. *Суспільне. Запоріжжя*. 09.01.2023 URL: <https://suspilne.media/355126-cetvertij-etap-medicnoi-reformi-na-zaporizzi-so-zminitsa/> (дата звернення: 15.07.2023).

64. Чорна І. Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі Жмеринської преси. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2015. Вип. 1. С. 109–115. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2015_1_16 (дата звернення: 25.04.2023).

65. Це важливо. Інтерв'ю з Всеволодом Козловим. *МТМ Запоріжжя*. 28.07.2023 URL: https://www.youtube.com/watch?v=f2B5c_VM_n8 (дата звернення: 07.07.2023).

66. Це важливо. Інтерв'ю з Юрієм Малашком. *МТМ Запоріжжя*. 30.06.2023 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KDhQpc0iMqY> (дата звернення: 07.07.2023).

67. Це важливо. Інтерв'ю з Юрієм Малашком. *МТМ Запоріжжя*. 24.08.2023 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PBMFG-gRmLU> (дата звернення: 07.07.2023).

68. Шевченко В. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа / Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна монографія за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ: Кафедра мультимедійних технологій медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. С. 8–17.

69. Ютуб-канал «Запорізька обласна державна адміністрація» URL: <https://www.youtube.com/channel/UCY9gycMW-W6JggH7ksIPbJA> (дата звернення: 05.09.2023).

70. Як влада (не) допомагає запоріжцям, які втратили житло через ракетні обстріли *061.ua*. 07.06.2023. URL: <https://www.061.ua/news/3607733/ak-vlada-ne-dopomagaе-zaporizcam-aki-vtratili-zitlo-cerez-raketni-obstrili> (дата звернення: 09.09.2023).

71. 10 мільйонів, які НАБУ вважало «куртєвськими» в гуманітарній справі, віддали на ЗСУ. *Форпост*. 14.11.2023. URL: <https://forpost.media/politika/10-milyoniv-iaki-nabu-vvazhalo-kurtievskymy-v-humanitarniy-spravi-viddaly-na-zsu.html> (дата звернення: 25.11.23).

72. Abernathy D. Using geodata & geolocation in the social sciences. Mapping our connected world. Los Angeles: Sage, 2017. 344 p.

73. Castells M. The Rise of the Network Society. Wiley-Blackwell: Oxford, 2009. 656 s. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781444319514> (дата звернення: 25.04.2023).

74. Кєра-Мєтрак J. Rola mediów w społeczności lokalnej. *Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych*. Kielce, 2009. URL:

<https://docplayer.pl/1473894-Media-w-procesiekszaltowania-wspolnot-lokalnych.html> (дата звернення: 10.04.2023).

75. Karlsson M., Hellekant Rowe E. Local Journalism when the Journalists Leave Town. *Nordicom Review*. 2019. № 40 (2). URL: [https://content.sciendo.com/configurable/contentpage/journals\\$002fnor\\$002f40\\$002fs2\\$002farticle-p15.xml#j_nor-2019-0025_ref_056_w2aab3b8b5b1b7b1ab2b1c56Aa](https://content.sciendo.com/configurable/contentpage/journals$002fnor$002f40$002fs2$002farticle-p15.xml#j_nor-2019-0025_ref_056_w2aab3b8b5b1b7b1ab2b1c56Aa) (дата звернення: 13.04.2023).

76. Lund A. De Lokale Nyhedsmedier Og Kommunikationsstrategien. Copenhagen: KL, 2010. URL: http://www.kl.dk/ImageVaultFiles/id_41050/cf_202/De_lokale_nyhedsmedier_og_kommunikationsstrategien.PDF (дата звернення: 31.05.2023).

77. Nielsen R. K. Local journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media. London: I.B. Tauris. 2015. 240 p.

78. Quandt T., Schweiger W. Journalismus Online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden, 2008. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-531-91094-9_1 (дата звернення: 25.03.2023).

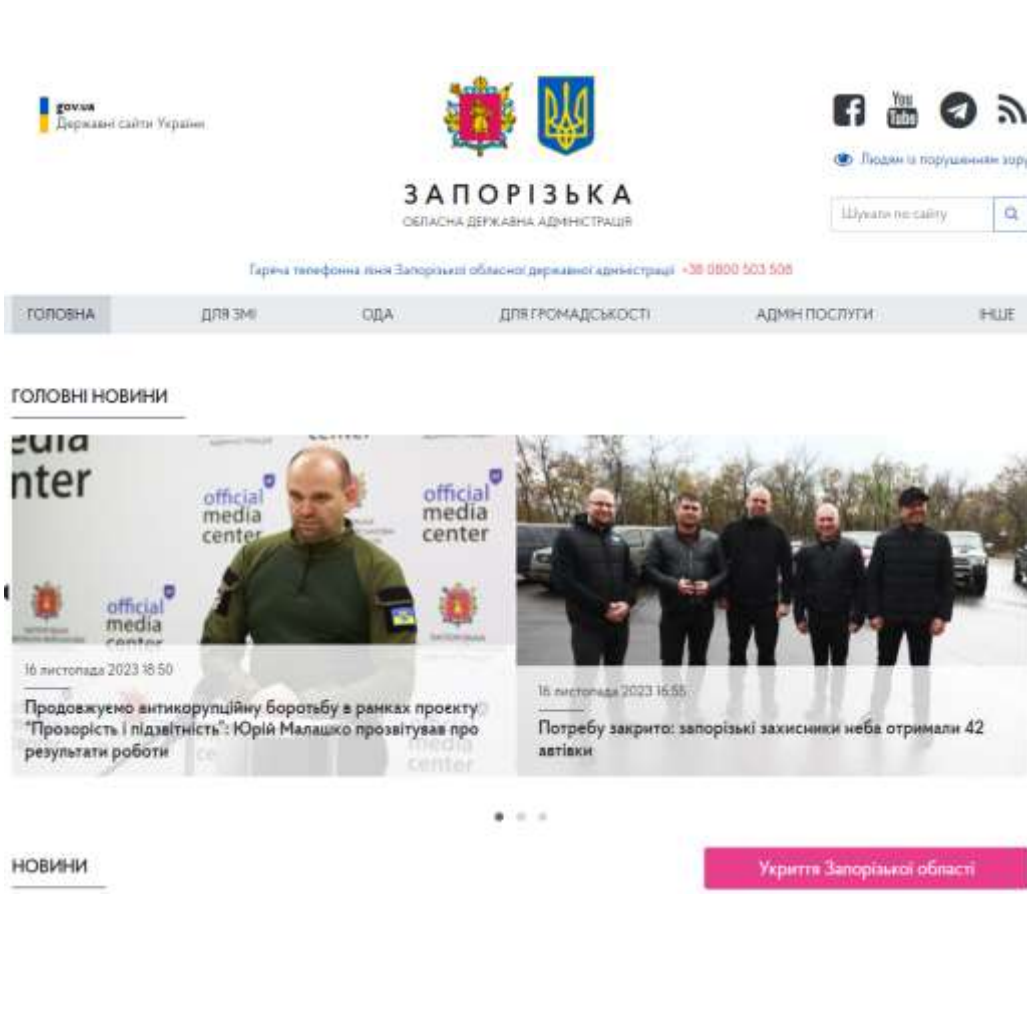
79. Poepsel M. Media, society, culture and you. an introductory mass communication text. *Rebus Community*. URL: <https://press.rebus.community/mscy/> (дата звернення: 27.05.2023).

80. Stiegler C., Breitenbach P., Zorbach T. New Media Culture: Mediale Phänomene der Netzkultur. *Independent academic publishing*. 2017. URL: <http://dx.doi.org/10.25969/mediarep/4544> Production (дата звернення: 20.03.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

Головна сторінка сайту Запорізької обласної державної адміністрації



Мапа Порталу



Запорізька Обласна Державна Адміністрація
пр. Соборний, 164, м. Запоріжжя, 69107

Телефон/Факс:
(050) 598 09 35

Електронна пошта
adm@zoda.gov.ua



Власність Запорізької обласної державної адміністрації.
2023 рік

Facebook сторінка
Youtube канал
Telegram канал
RSS стрічка

3.4.1

Інформаційний супровід: Департамент інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю облдержадміністрації uvri@zoda.gov.ua

Технічний супровід: Відділ інформаційно-комп'ютерного забезпечення та захисту інформації апарату облдержадміністрації adm@zoda.gov.ua



Увесь вміст доступний за ліцензією Creative Commons Attribution 4.0 International license, якщо не зазначено інше

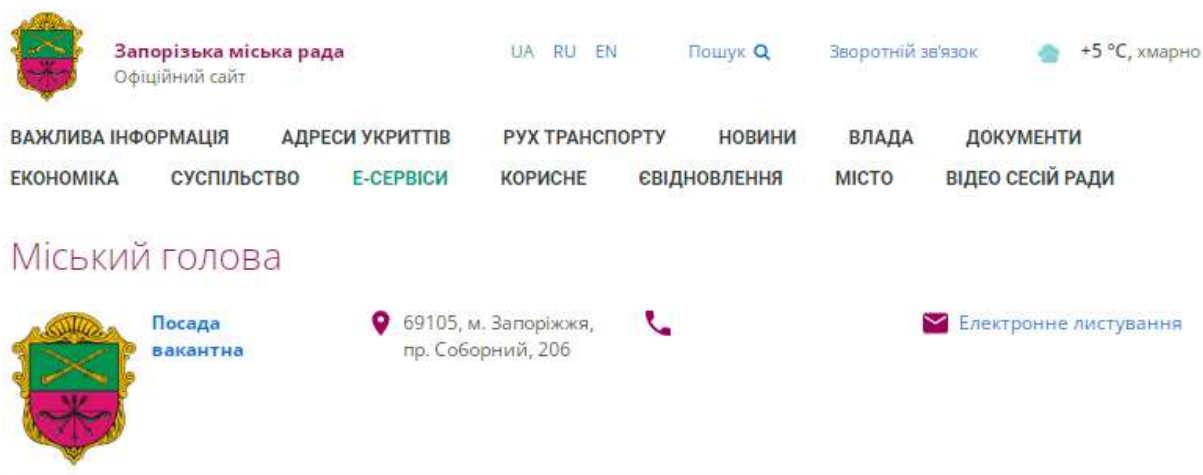
Погода 18.12.23, врань **sinoptik**

Запоріжжя
вологість: 93%
тиск: 756 мм
вітер: 3.9 м/с, →

Погода на 10 днів від sinoptik.ua

ДОДАТОК Б

Головна сторінка сайту Запорізької міської ради та перелік електронних сервісів, які застосовуються в роботі

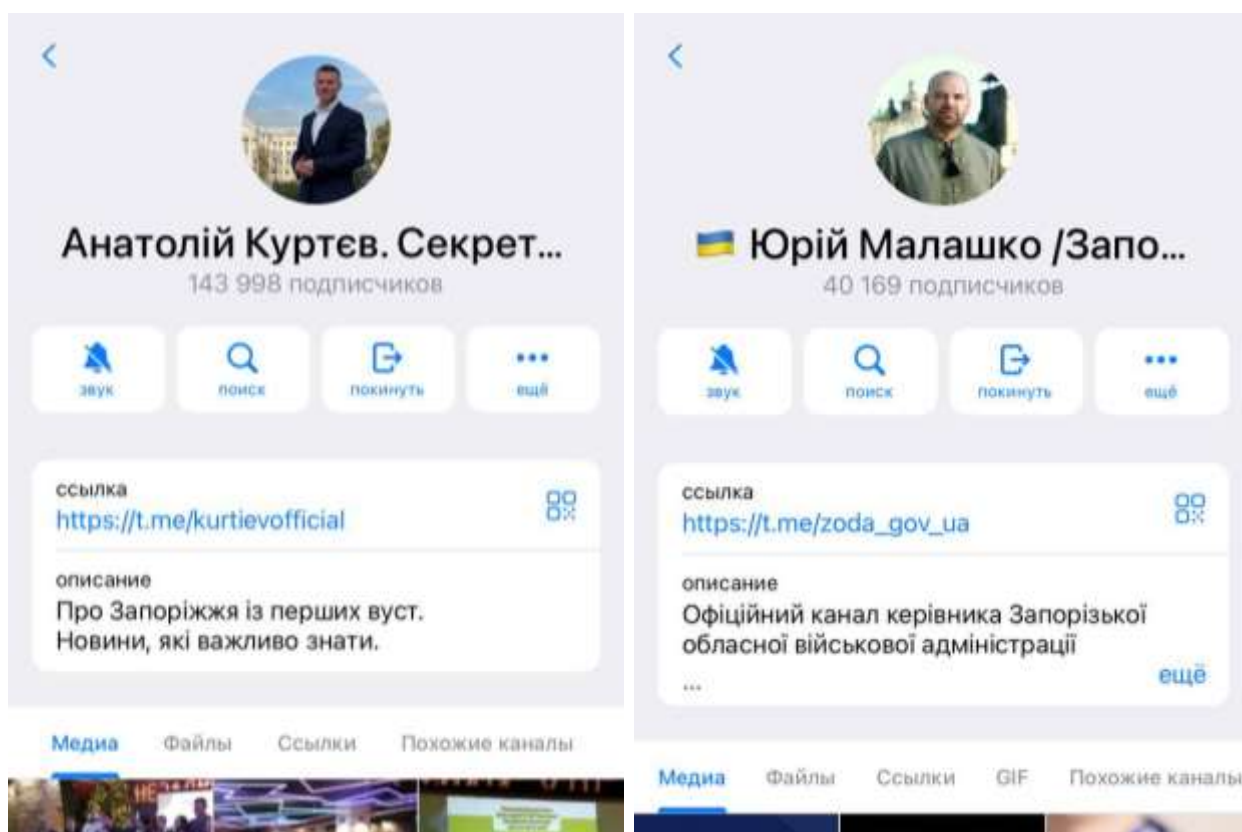


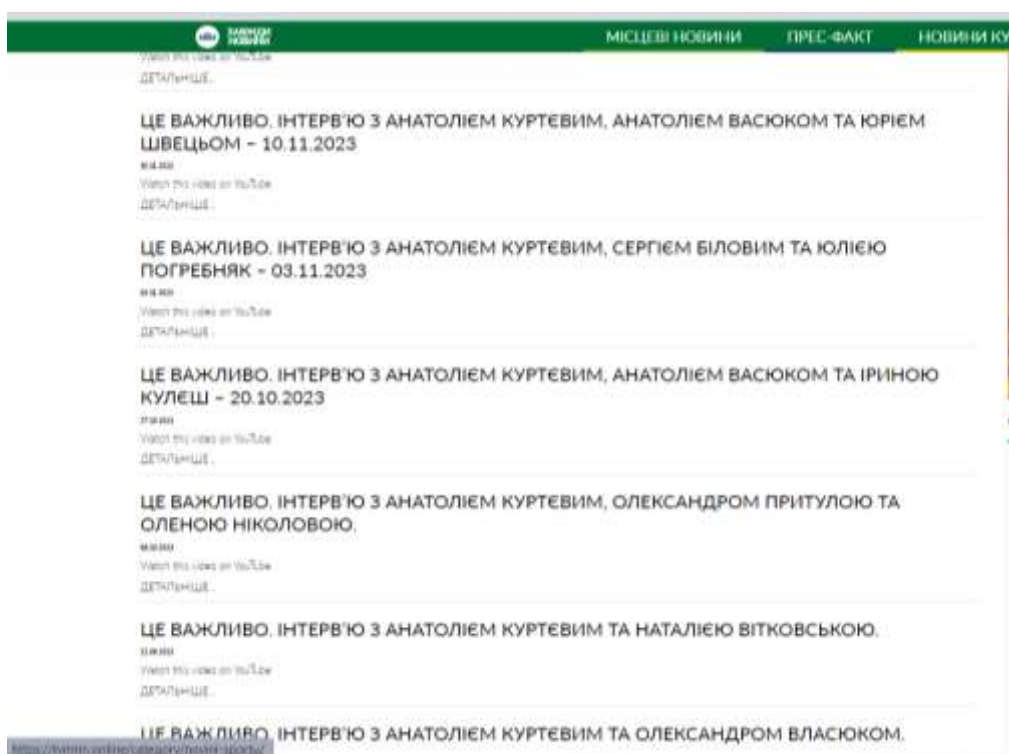
Електронні сервіси



ДОДАТОК В

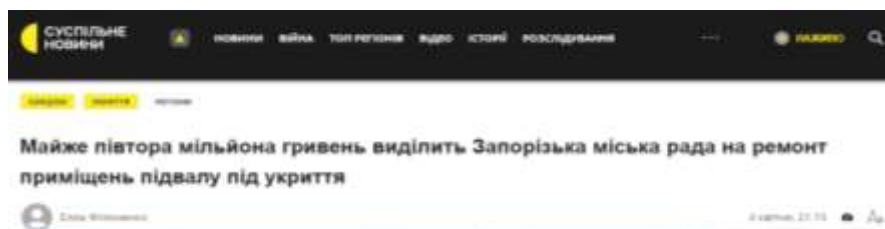
Телеграм-канали «Анатолій Куртєв. Секретар міської ради» та «Юрій Малашко / Запорізька обласна військова адміністрація»: опис та кількість підписників





ДОДАТОК І

Висвітлення діяльності влади на сайті онлайн-медіа «Суспільне. Запоріжжя». Приклад якісної роботи журналістів і результат інформаційної діяльності



Суспільне намагалося дізнатися додаткову інформацію, зокрема адресу розташування приміщень, за вказаним в оголошенні телефоном. Однак у виконавчому комітеті Запорізької міської ради нам відмовили, наголошуючи, що всі деталі повідомляють тільки учасникам закупівель.

Початок аукціону запланований на 6 квітня 2023 року. Термін виконання ремонтних робіт — 1 липня 2023 року.

Читайте також

[Прокуратура через суд вимагає привести у належний стан три бомбосховища у Запоріжжі](#)

[У Запоріжжі прокуратура вимагає через суд визнати недійсною угоду на майже 1 млн. грн](#)



Фото: сайт Запорізької міської ради

Виконавчий комітет Запорізької міської ради скасував тендер щодо ремонту окремих приміщень підвалу для розміщення найпростішого укриття, оголошений на сайті електронної системи публічних закупівель «Prozorro» 29 березня 2023.

Відповідний протокол рішення оприлюднили 12 квітня. Зокрема, там зазначається, що виконком скасував відкриті торги, оскільки:

"Неможливо усунути виявлені порушення законодавства у сфері публічних закупівель".

Під час розгляду тендерних пропозицій учасників, замовником були виявлені неточності в інформації щодо необхідних технічних, якісних та кількісних характеристик. Період оскарження цього рішення сплинув 23.04.2023 року.



ДОДАТОК Д

Висвітлення діяльності влади на сайті онлайн-медіа 061.ua

17:10, 7 червня

Як влада (не) допомагає запоріжцям, які втратили житло через ракетні обстріли

Читати на екрані



Ганна Безвержня, мешканка будинку по вулиці Зестафонській, 8 в Запоріжжі. 9 жовтня 2022 в її будинок влучила російська ракета. Внаслідок удару обвалився цілий під'їзд – з 1 по 8 поверх. Загинуло 17 людей, ще 70 дістали поранень. Пані Ганна із сім'єю мешкала на восьмому поверсі. Їх квартира зруйнована вщент.

«На момент прильоту мене з дитиною не було, був тільки чоловік. Ми із сином були за кордоном. Відкриваю новини, дивлюсь, приліт в дев'ятиповерхівку і в мене такі думки: «Боже, хоч би не наш!». Відразу вискакує повідомлення від сестри: «Як чоловік?». І в цей момент телефонує чоловік. Стас зрозумів, що це десь або зовсім поруч, або наш будинок. Чоловік сказав, що це наш будинок, запитав, чи я дивилась новини, – розповідає жінка.

За словами пані Ганни, їх квартира зараз повністю зруйнована. *«Приліт був в наш під'їзд – це частинка, яка залишилась стояти. Чоловік із сусідом ледь відкрили двері, допомогли сусідам, які вийшли навпроти. Вони довго намагалися відкрити двері, бо їх вигнуло дуже і застрягло. Ну і все – спустилися, побачили, що відбулося: навколо все горить, автопалиють, дим стоїть, крик стоїть», – згадує вона.*

Ганна Безвержня нещодавно повернулася до Запоріжжя, аби оформити компенсацію, яку пообіцяла влада. Розповідає, що після прильоту до будинку одразу приїхали волонтерські служби, щоб надати різноманітну допомогу постраждалим. Представники міської влади, за її словами, з'явилися тільки для фотофіксації руйнувань, але з місцевими вони не розмовляли. На той момент, фінансова допомога, яку могли отримати мешканці зруйнованого будинку, – це гроші за статусом ВПО та підтримка від міжнародних організацій. До допомоги з боку міської влади залишається багато запитань.

