

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кваліфікаційна робота магістра

На тему «Журналістика миру і рішень: світовий досвід і українська практика»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0612-ж-з
Спеціальності 061 «Журналістика»
(освітня програма «Журналістика»)

Бож'єва А. Д.

Керівник: к. соц. ком., доц.

Сірінюк-Долгарьова К. Г.

Рецензент: к. соц. ком., доц.

Микитів Г. В.

Запоріжжя – 2023

ЗМІСТ

Реферат.....	3
Завдання.....	5
Вступ.....	7
Розділ 1. Концепція журналістики миру і рішень: теоретико-методологічне підґрунтя	11
1.1 Виникнення і розвиток поняття «журналістика миру»	11
1.2 Принципи журналістики рішень.....	19
Розділ 2. Журналістика миру і рішень як сучасний медійний тренд.....	32
2.1 Світовий досвід і кейси журналістики миру	32
2.2 Онлайн-медіа «Рубрика» як кейс журналістики миру і рішень в Україні.....	42
2.3 Контент-аналіз онлайн-медіа «Рубрика».....	54
Висновки	76
Список використаних джерел.....	81
Додаток А. Таблиця якісного контент-аналізу матеріалів вибірки видання «Рубрика».....	87
Додаток Б. Власна наукова публікація.....	100
Декларація академічної доброчесності.....	102

РЕФЕРАТ

Тема магістерської роботи: «Журналістика миру і рішень: світовий досвід і українська практика».

Обсяг основного тексту: 73 сторінки.

Кількість використаних джерел: 60.

Мета дослідження – охарактеризувати прояви журналістики миру і рішень у практиці світових і українських медіа.

Мета роботи передбачає виконання певних **завдань**:

1) проаналізувати теоретико-методологічний апарат, історичне підґрунтя розвитку журналістики миру і рішень у світі;

2) прослідкувати напрацьовані підходи й тренди журналістики миру і рішень у світових медіа;

3) здійснити аналіз української практики застосування журналістики миру й рішень під час війни;

4) визначити проблеми та виклики застосування журналістики миру й рішень в українських медіа;

5) сформулювати перспективи розвитку журналістики миру в Україні.

Об'єктом дослідження є журналістські матеріали засобів масової інформації, які працюють у напрямку журналістики миру й рішень.

Предметом дослідження є підходи і тренди журналістики миру й рішень у практиці світових і українському медіа під час російської агресії в Україні.

Отримані результати: здійснено контент-аналіз медіа «Рубрика» щодо виявлення основних підходів в роботі над матеріалами в напрямку журналістики рішень під час повномасштабної війни. Досліджені проблематика матеріалів і способи подачі інформації. Визначені ключові критерії для створення медійних матеріалів «Рубрики».

Ключові слова: журналістика рішень, підходи, тренди, контент-аналіз, перспективи розвитку, принципи журналістики миру.

SUMMARY

The Master's paper is dedicated to the analysis of an actual problem of peace and solutions journalism, world experience and Ukrainian practice.

The object of the work is the journalistic materials of the mass media, which work in the direction of peace and solutions journalism in Ukraine.

Research Objective: To analyze the approaches and trends of peace and solutions journalism in the practice of world and Ukrainian media during the Russian aggression against Ukraine.

The research paper aims to accomplish specific tasks:

- 1) to analyze the theoretical and methodological apparatus, the historical basis of the development of peace and solutions journalism in the world;
- 2) to follow the developed approaches and trends of peace and solutions journalism in the world media;
- 3) to carry out an analysis of the Ukrainian practice of applying peace and solutions journalism during the wartime;
- 4) to identify challenges of applying peace and solutions journalism in Ukrainian media;
- 5) to formulate prospects for the development of peace journalism in Ukraine.

Obtained Results: We have made a content analysis of the “Rubryka” media in order to identify the main approaches in working on materials in the direction of solutions journalism during a full-scale war. The topics of materials and ways of presenting information are studied. The key criteria for the creation of “Rubryka” media materials have been determined

Key-words: solution journalism, approaches, trends, content analysis, development prospects, principles of peace journalism.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 061 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Чернявська Л. В. _____

« » грудня 2023 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТЦІ

Бож'євій Анастасії Дмитрівні

1. Тема роботи: «Журналістика миру і рішень: світовий досвід і українська практика» («Journalism of peace and solutions: world experience and Ukrainian practice»), керівник роботи – Сірінюк–Долгарьова Катерина Григорівна, к.соц.ком., доц. затверджені наказом ЗНУ № 660-с від 03 травня 2023 р.
2. Строк подання студентом роботи – 05 грудня 2023 р.
3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: Й. Гальтунга, М. Селігмана. Дж. Абденура, К. Гільденстеда, Н. Дамена, К. Макінтайра, С. Майер, Г. Будівської, О. Голуб, Т. Гордієнко, О. Семенець та інших.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) проаналізувати теоретико-методологічний апарат, історичне підґрунтя розвитку журналістики миру і рішень у світі; 2) прослідкувати напрацьовані підходи й тренди журналістики миру і рішень у світових медіа; 3) здійснити аналіз української практики застосування журналістики миру й рішень під час війни; 4) визначити проблеми та виклики застосування журналістики миру й рішень в українських медіа; 5) сформулювати перспективи розвитку журналістики миру в Україні.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Сірінюк–Долгарьова К.Г. к. соц. ком., доц.	22.09.2023	22.09.2023
1 розділ	Сірінюк–Долгарьова К.Г. к. соц. ком., доц.	22.09.2023	22.09.2023
2 розділ	Сірінюк–Долгарьова К.Г. к. соц. ком., доц.	30.09.2023	30.09.2023
Висновки	Сірінюк–Долгарьова К.Г. к. соц. ком., доц.	24.11.2023	24.11.2023

6. Дата видачі завдання 08.02.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження.	15.06.2023	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	20.06.2023	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	20.09.2023	Виконано
4	Розробити сценарії матеріалів творчого проєкту. Скласти його опис та обґрунтування.	25.09.2023	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини	27.09.2023	Виконано
6	Написати висновки і оприлюднити матеріали творчого проєкту	30.09.2023	Виконано
7	Оформити роботу відповідно до вимог	10.11.2023	Виконано
8	Пройти процедуру попереднього захисту	21.11.2023	Виконано
9	Пройти процедуру нормоконтролю та рецензування	09. 12. 2023	Виконано
10	Перевірити роботу у програмі Unicheck	11. 12. 2023	Виконано
11	Виправити зауваження і здати роботу на кафедру.	12. 12. 2023	Виконано

Студент _____ Бож'єва А.Д.

Керівник роботи _____ Сірінюк-Долгарьова К.Г.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Усманова О. В.

ВСТУП

Глобалізація інформаційного простору ознаменувала значущі зміни у методах висвітлення подій, явищ і процесів через засоби масової інформації. Останні тенденції демонструють, що нові медіа більше схильні до кількісного підходу в подачі інформації, відводячи менше уваги якісним аспектам. Заради збільшення кількості переглядів журналісти частіше зосереджуються на негативних аспектах людського життя, іноді забуваючи про основні принципи гуманності.

Найпопулярніші соціальні мережі сьогодні відіграють дещо іншу роль, ніж раніше. Якщо ще декілька років тому вони використовувалися для спілкування з близькими, демонстрації особистих світлин і збереження спогадів, то зараз ці платформи стали важливими джерелами інформації. Заходячи на них, ми майже миттєво знаходимося серед здебільшого негативних новин, безперервний потік яких викликає втому та інформаційне перенасичення. Аудиторія мас-медіа перебуває в стані постійного пригнічення, яке супроводжується почуттям страху та невизначеності щодо майбутнього.

Так, за результатами аналізу Інституту прикладних позитивних досліджень, яке було проведене в 2017 році, значна кількість людей стверджують, що вони втомлені від негативних і сенсаційних новин і також зазначають, що потік таких новин залишає їх безсилими та пригніченими. Команда кількісно оцінила деякі з цих наслідків. Вони виявили, що всього 3 хвилини негативних новин зранку можуть збільшити шанси на поганий день. Навіть короткий контакт з такою інформацією може мати тривалі наслідки. Проте це лише половина історії. Зміна способу висвітлення новинної історії, а саме зміщення акценту від простого повідомлення про проблеми на додаткове виділення потенційних чи фактичних рішень, має позитивний вплив на мозок. Інститут прикладних позитивних досліджень також виявив, що зосередженість на рішеннях збільшила навички вирішення проблем новачків у читанні новин на 20%, не кажучи вже про те, що ці статті робили людей менш тривожними і більш

енергійними [35]. Тому, перегляд новин менш негативного спрямування може бути не лише засобом інформаційного споживання, але і важливим чинником підтримання психічного здоров'я та позитивного настрою. У цьому контексті, відповідно, підходи до висвітлення подій мають дотримуватися балансу між кількістю та якістю для забезпечення повноцінного розуміння подій і подолання негативного впливу.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що під час повномасштабної збройної агресії Росії проти України висвітлення воєнного сьогодення країни потребує зміни підходів, відмінних від панівного медійного дискурсу, який має деструктивний характер, пропонуючи суспільству негативний і травматичний контент. Саме журналістика миру і рішень є перспективним журналістським напрямком, який акцентує увагу медійної аудиторії на шляхах конструктивного вирішення конфліктів і криз, що в умовах воєнного стану в Україні набуває особливої актуальності, а отже потребує детального вивчення.

Мета кваліфікаційної роботи магістра – охарактеризувати прояви журналістики миру і рішень у практиці світових і українських медіа.

У зв'язку з поставленою метою необхідно вирішити такі *завдання*:

- 1) проаналізувати теоретико-методологічний апарат, історичне підґрунтя розвитку журналістики миру і рішень у світі,
- 2) прослідкувати напрацьовані підходи й тренди журналістики миру і рішень у світових медіа,
- 3) здійснити аналіз української практики застосування журналістики миру й рішень під час війни,
- 4) визначити проблеми та виклики застосування журналістики миру й рішень в українських медіа.
- 5) сформулювати перспективи розвитку журналістики миру в Україні.

Об'єкт дослідження: журналістські матеріали засобів масової інформації, які працюють у напрямку журналістики миру й рішень.

Предмет дослідження: підходи і тренди журналістики миру й рішень у практиці світових і українському медіа під час російської агресії в Україні.

Теоретико-методологічна основа дослідження: теоретичні і практичні внески австрійського журналіста Р. Юнга, норвезького соціолога Й. Гальтунга та психолога М. Селігмана; закордонні медіазнавці Дж. Абденур, К. Гільденстед, Н. Дамен, К. Макінтайр С. Майер присвятили свої праці вивченню журналістики рішень, яку в українському медіапросторі досліджують Г. Будівська, О. Голуб, Т. Гордієнко, О. Семенець та ін.

Наукова новизна одержаних результатів:

Уперше:

- проаналізовано провідний кейс української журналістики рішень – медіа «Рубрика»;

Удосконалено:

- конкретизовано поняття «журналістики миру і рішень»;
- актуалізовано основні підходи до створення матеріалів у напрямку журналістики рішень;

Набуло подальшого розвитку:

- вивчення трендів української журналістики миру і рішень під час повномасштабної війни.

Методи дослідження: описовий метод, методи порівняння і класифікації, якісно-кількісний контент-аналіз, метод кейс-аналізу.

Теоретичне і практичне значення результатів полягає у тому, що матеріали роботи можуть бути використані в наукових працях із медіазнавства, що розглядають напрямок журналістики миру й рішень у медіапросторі. Результати дослідження можуть бути використані під час підготовки до практичних та семінарських занять на факультетах журналістики та у практичній діяльності медіа.

Апробація результатів дослідження: Основні результати дослідження апробовані під час XVI університетської науково-практичної конференції

студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2023, що проходила 17- 22 квітня 2023 року (Запоріжжя).

З теми роботи надруковано таку наукову публікацію: Бож'єва А.Д. *Молода наука–2023* : Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених. У 5 т. / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. Т. 1. С. 72-74.

Структура роботи: Структура роботи, зумовлена логікою та об'ємом викладу матеріалу, складається зі вступу, 2 розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг магістерської роботи становить 72 сторінки. Список використаної літератури містить 60 джерел, які викладені на 6 сторінках.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПЦІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ МИРУ І РІШЕНЬ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ПІДГРУНТЯ

1.1. Виникнення і розвиток поняття «журналістика миру»

Наукове осмислення журналістики миру є предметом зацікавлення медіадослідників у всьому світі. Це поняття виникло та розвивалося відповідно до суспільних та медійних потреб у сприянні розумінню та забезпеченні миру в умовах глобалізації та міжнародних відносин.

Однією з ранніх робіт, що присвячена темі журналістики миру, є дослідження Р. Юнга, австрійського журналіста, який активно працював у цій галузі в середині 20-го століття. В своїх працях, зокрема «The Art of Peace» («Мистецтво миру»), він висвітлював питання ролі журналістики у сприянні миру та розв'язанні міжнародних конфліктів. Вищезазначене описує тільки перші кроки, які направляли журналістику в нове русло.

Важко не погодитися, що ситуація у світі та східноєвропейському регіоні постійно змінюється, і журналістика та медіаспільнота зараз перебувають під впливом гібридної війни. Будь-яка дискусія про журналістику миру починається з аналізу поняття «мир» та підходів до його розуміння. Традиційно воно визначалося такими термінами, як «суспільство без конфліктів» чи «суспільство без насильства» [6, с. 157]. Відомий норвезький соціолог Й. Галтунг, один із першопрохідців наукових досліджень миру і конфліктів, описав ці концепції у 70-х роках минулого століття. Саме тоді з'являється термін «журналістика миру» (англ. – peace journalism).

Досліднику приписують заснування так званих «медіа-студій миру». Вони спрямовані на аналіз конфліктів в суспільстві та світі з метою попередження збройних конфліктів [11]. Й. Галтунг став адептом альтернативного підходу до журналістики миру, який акцентує увагу на перетворенні конфлікту. Його метою було представляти усі аспекти конфлікту у всій їхній різноманітності, уникати однобічного підходу і, водночас, сприяти зниженню його інтенсивності.

Науковець висував ідею знаходження мирного вирішення збройних конфліктів через об'єктивну та комплексну інформаційну подачу. Це дозволяло сприяти розумінню коренів конфлікту та пошуку конструктивних шляхів його вирішення.

Сьогодні в науковому середовищі існує велика різноманітність підходів до розуміння поняття «журналістика рішень». У своїй роботі «Сила журналістики рішень», О. Каррі та К. Хаммондс розглядають цю концепцію як передачу інформації, яка включає в себе історії людей, організацій, а також спільнот, що активно працюють над пошуком шляхів вирішення актуальних соціальних проблем [26, с.15]. На думку А. Венцеля, Д. Герсона та Е. Морено, які є авторами книги «Залучення спільнот через журналістику рішень», журналістика рішень може бути розглянута як окремий жанр інформаційної журналістики, який включає аналітичний підхід до оцінки спроб вирішення проблем, що мають потенціал для розширення та зростання [58, с. 10]. Українська вчена Д. Лобанок визначає журналістику рішень як метод створення матеріалів, в яких головною метою є пошук готового рішення проблеми, а не просто її відображення [9, с. 13].

Розглядаючи ці тлумачення, можна визнати, що головна особливість журналістики рішень полягає у способі подачі інформації. Вона ставить перед собою завдання переглядати суспільні проблеми через призму того, як люди вже намагалися їх вирішити. Проте, важливо зауважити, що журналістика рішень не може бути названа просто повідомленням або жанром. Термін «підхід», як вказала Д. Лобанок, може краще пояснити суть цього явища. З нашого боку, ми також вважаємо, що в цьому контексті журналістика рішень може бути окремим напрямом в журналістиці, подібно до соціального, громадянського або військового напрямку.

Розглянемо й інші тлумачення та підходи до розуміння журналістики рішень. Деякі це поняття як конструктивний підхід. Наприклад, К. Макінтайр із США та К. Гілденстед з Данії виділяють чотири різних напрями конструктивної журналістики: журналістика рішень, журналістика перспектив, журналістика миру і відновні наративи. Проте важливо зауважити, що ці напрями можуть розрізнятися між собою, як стверджують дослідники. Так, журналістика

перспективи впливає на життя конкретних соціальних груп. Журналістика миру акцентує увагу аудиторії не на війні, а на соціальних конфліктах, що стосуються окремих груп. Тим часом, журналістика, яка фокусується на відновних наративах, зазвичай розповідає історії, що надихають людей на зміни та покращення. Однак цей підхід може зазнавати критики [42, с. 6–7].

Згідно з поглядами О. Семенець, конструктивна журналістика виступає як реакція на тенденцію зростання таблоїдизації, сенсаційності та підкреслення негативу в сучасних медіа. Вона відрізняється спокійним і обміркованим підходом до розповіді та вдається до обговорення важливих соціальних питань, аналізуючи їх у контексті загальної соціальної реальності та пропонуючи різні можливі шляхи їх вирішення. Важливою рисою конструктивної журналістики є залучення аудиторії до дискусій та пошуку оптимальних рішень. Також О. Семенець вказує на те, що конструктивна журналістика має спільні точки зору з іншими сучасними підходами, такими як «повільна» журналістика, «гіперлокальна» журналістика, соціально-активна журналістика та громадянська журналістика [12, с. 360].

Журналістика рішень вважається відносно молодим явищем. Більшість американських вчених поділяють думку, що це поняття прийшло в ужиток на практиці близько 2010 року, а його засновниками можна вважати Т. Розенберг та Д. Борнстайна [18]. Значущим і є те, що ще у 1996 році останній опублікував книгу під назвою «Ціна мрії». Там він розглядав підхід Grameen Bank до боротьби з бідністю. Він полягав у впровадженні інноваційної моделі мікрофінансування, яка досягла успіху серед клієнтів банку та допомагає регулювати їх фінансове становище навіть у складі часи [45]. Загалом, зміст книги нагадував обширний журналістський матеріал у напрямку журналістики рішень, оскільки в ній не лише відповідали на запитання «що люди роблять?», але й «наскільки ефективно це працює?».

У 2010 році журналістка Т. Розенберг вирішила пропонувати нову колонку в «New York Times» під назвою «Fixes», яка стала платформою для розвитку нового напрямку в журналістиці – журналістики рішень. Це призвело до того, що

вже до 2013 року вона перетворилася на самостійну організацію «Solutions Journalism Network», яка спеціалізується на популяризації журналістики рішень серед редакційних колективів по всьому світу. Організація надає навчання та різноманітні ресурси для журналістів-практиків, науковців і студентів [59].

Маючи власний досвід, Т. Розенберг та Д. Борнстайн характеризують концепцію журналістики рішень так: «Вона чітко та переконливо демонструє, які відповіді має суспільство на соціальні проблеми. Завдяки їй у критичний та правдивий спосіб журналіст має змогу з'ясувати, пояснити та, в кінцевому результаті, показати загалу приклади людей, які працюють над розв'язання проблем. Вона фокусується не лише на тому, що могло б спрацювати, але й на тому, яким чином і чому це може спрацювати або ж не спрацювати» [31].

Проте у світовій практиці можна відзначити ще більш ранні приклади розвитку «журналістики рішень». Перший такий випадок згадки терміну «журналістика рішень» відноситься до 1998 року й пов'язаний з дослідженнями колумбійської вченої С. Бенеш [20, с. 38]. Вже у 2002 році американська журналісткознавиця Л. Вудсток висвітлила тему «громадянської журналістики як комунікативного засобу» й наголосила на важливості пошуку рішень для проблем, а не просто висвітлення проблемних ситуацій [60, с. 45]. Варто відзначити, що на початковому етапі журналістика рішень не була популярною серед практикуючих журналістів, і матеріали у цьому форматі були рідкісний явищем, поодиноким. На той момент ще не було повноцінно сформованої загальної концепції конструктивної журналістики.

Першу спробу переосмислення журналістики та створення нової концепції, яка здатна ефективно виконувати організаційну роль, було зроблено французькою організацією «Reporters d'Espoirs» у 2003 році. Вони давали наступне визначення «журналістики рішень»: «Журналістика рішень прагне аналізувати та поширювати знання про ініціативи, які забезпечують конкретні, відтворювані відповіді на суспільні, економічні, соціальні та екологічні проблеми» [48]. У 2004 році команда журналістів впровадила два нових поняття – «інформаційне рішення» та «журналістика рішень». Особливу увагу вони

приділяли тому, що матеріали, створені за принципами журналістики рішень, мали бути не лише сухими текстами з інструкціями, але й повідомленнями у формі життєвих історій. Ці засади дотримані «Reporters d'Espoirs» в публікаціях, які регулярно друкуються у виданнях «Libération» та «Ouest-France» від 2003 року й донині.

Незважаючи на те, що в даний час «Reporters d'Espoirs» вважаються однією з провідних організацій, що спеціалізуються на просуванні solution journalism, французький дослідник М. Пеко зазначає, що сучасна концепція журналістики рішень, яку вони застосовували на початку своєї діяльності, суттєво відрізняється від тієї, яку вони використовують сьогодні, хоча присутні подібні риси: після створення «Reporters d'Espoirs» нам доведеться почекати до 2012 року, коли відбудеться запуск французької платформи «Sparknews», щоб можна було посправжньому говорити про журналістику рішень» [47, с. 32].

Вищезазначене доводить, що як журналістика рішень, так і важливий розвиток цього підходу в глобальному масштабі фактично починається лише у 2010 році. Один із значущих прикладів – журнал «Solutions», який стартував паралельно з колонкою «Fixes» у виданні «New York Times» [36]. Заснований журналістами Робертом Костанцем, Девідом Орром та Ідом Кубішевським, «Solutions» фокусується на демонстрації ідей для вирішення проблем у сферах екології, соціальних та економічних питань на світовому рівні. Однією з ключових особливостей функціонування журналістики рішень у «Solutions» є впровадження єдиного стандарту для всіх матеріалів. Зокрема, він передбачає, що одну третину тексту має становити опис проблеми, а решту дві третини присвячено одному або кільком можливим варіантам рішень.

Важливо підкреслити, що, навіть якщо журнал сам не створює матеріали в рамках класичної журналістики рішень, він ефективно відтворює їх у вигляді експертних статей ділової тематики. Це правило, запропоноване журналістами «Solutions», стало одним з ключових кроків у формуванні теоретичної основи для належного розвитку журналістики рішень як нового підходу до подання подій у реальному світі.

Ключові теоретичні напрацювання побачили світ з появою Solutions Journalism Network у 2013 році. Це організація, заснована вже згадуваними журналістами Т. Розенбергом і Д. Борнстайном, яка зробила вагомий внесок в розвиток теорії журналістики рішень. Той самий рік відзначився формуванням чіткого уявлення про те, як слід створювати матеріали в рамках цього підходу. Суть журналістики рішень полягає в тому, щоб досліджувати та пояснювати, як люди можуть знаходити відповіді на свої проблеми, роблячи це доступним і зрозумілим способом [49, с. 12–13]. Важливо, щоб інформація була прозорою та нейтральною, легко сприймалася читачами. Саме в цьому важливий момент: журналіст, який працює в цьому напрямку, не акцентує увагу на можливому успіху рішення, що розглядається в матеріалі. Він просто показує, як конкретна ідея може бути однією з альтернатив на шляху до вирішення загальної проблеми. Такі історії не завжди про успіх; вони можуть описувати труднощі, невдачі та навіть провал, що супроводжує процес вирішення проблеми. Отже, журналістика рішень привносить важливий аспект – розгляд негативного досвіду поряд з позитивним.

Активно поширився напрямок конструктивної журналістики і в Данії. У 2010 році з'явилася незалежна організація «World's Best News». Також у 2016 році було засновано Інститут конструктивної журналістики, і його ціль – змінити загальну культуру новин. Засновник інституту, У. Хаагеруп, наголошує, що якщо журналістика руйнується, то це може негативно вплинути на демократію. Він підкреслює важливість доступної та надійної інформації, яка повинна бути відкритою для всіх громадян і служити загальним інтересам. Основна ідея конструктивної журналістики – не врятувати її від самої себе, а допомогти відновити довіру до ідеї спільних фактів, знань і дискусій, які є фундаментом наших суспільств [49, с. 25–26].

Ключовим періодом в остаточному становленні журналістики рішень став 2020 рік. На той момент інформаційна платформа Solutions Journalism Network зареєструвала значний ріст журналістських матеріалів у цьому напрямку. Цифра сягнула 2328, що становило велику частину загальної кількості матеріалів у

розмірі 10 тисяч. Можливо, цей ріст на пряму пов'язаний із викликами, що виникли внаслідок поширення пандемії Covid-19, як це підтверджує тематична спрямованість близько 1250 з цих публікацій, які були позначені відповідним тегом. На момент 2022 року загальна кількість опублікованих історій вже сягнула 14 тисяч, що свідчить про зростання на 40% упродовж лише двох років [57]. Проте не лише цифрові дані висвітлюють активний розвиток журналістики рішень, але й розширення спектру тематичних матеріалів. У 2022 році платформа Solutions Story Tracker, що входить до офіційного веб-сайту Solutions Journalism Network, включила 23 суспільно важливі категорії, такі як розвиток громад, охорона здоров'я, права людини, демократія, економічна стабільність, релігія, бізнес і промисловість, екологічна стійкість та інші.

Окремо варто зазначити, що журналістику рішень розглядають як підхід, що ґрунтується на принципах позитивної психології [28, с. 50]. Якщо розтлумачити просто, то це означає, що у журналістському матеріалі не лише описується проблема або певна ситуація, але також пропонуються рішення, подаються історії, де вони були успішно використані. Основна мета полягає в тому, щоб такий матеріал спонукав читача до відчуття позитивних емоцій, надії і бажання діяти. Саме журналістика рішень має надихати аудиторію та заохочувати людину рухатися в напрямку вирішення проблеми, про яку вона читала [28, с. 60–61]. Тому, в рамках теоретичного дослідження журналістики миру вважаємо доречним розглянути її зв'язок із психологією.

Американська дослідниця Б. Фредріксон створила теорію розширення позитивних емоцій, яка допомагає зрозуміти, як позитивні емоції можуть впливати на наше відчуття себе та нашу поведінку. Згідно з нею, коротко сформулювавши основну думку, позитивні емоції можуть відкривати перед людьми нові можливості та стимулювати їх до активних дій. Проте важливо зазначити, що механізм, за яким працюють позитивні емоції, відрізняється від механізму, який активується під впливом негативних. Останні, такі як страх чи тривога, можуть спонукати людину до швидкої реакції в ситуаціях небезпеки. У той час як позитивні емоції, наприклад, радість, надають енергії та мотивації

на довготривалі дії, спонукуючи людину до виконання завдань та досягнення цілей [28, с. 69–71]. І це має важливе значення в контексті журналістики рішень, оскільки саме через позитивні емоції, які виникають у читача після ознайомлення з матеріалом, *peace journalism* може впливати на аудиторію. Можна стверджувати, що матеріал, який включає конструктивний підхід до інформування, безпосередньо має вплив на поведінку читача, а емоції виступають ключовим фактором у формуванні цієї поведінки.

Якщо знову повернутися до досліджень Б. Фредріксон, можемо зробити ще деякі висновки. Наприклад, люди, які відчувають позитивні емоції та перебувають у відповідному настрої, виявляють досить незвичайний спектр мислення, який включає гнучкість, творчість, інтегративність та відкритість для нової інформації. Водночас інше відкриття полягає в тому, що позитивні емоції розширюють кут сприйняття інформації, на відміну від негативних емоцій, які звужують увагу та концентрують її на певних аспектах [28, с. 75].

Якщо не розділяти емоції від тексту, то емоції, які переживає людина після прочитання матеріалу, визначатимуть сприйняття інформації та формуватимуть її ставлення до теми. Навіть більше, коли під час читання матеріалу людина переживає позитивні емоції, вона стає більш схильною до взаємодії з історією, активно розглядає ситуацію та відкриває в собі більший потенціал щодо можливих шляхи вирішення [41, с. 20].

Так само можна стверджувати, що наявність рішень у журналістському матеріалі змінює його тональність. Деяким дослідникам вдалося встановити зв'язок між рішеннями, задоволеністю життям та суб'єктивним благополуччям людини, тому присутність рішень у журналістському матеріалі має привести до його позитивної емоціональної оцінки з боку читача [41, с. 26].

Сьогодні, журналістика рішень є вже сталою концепцією завдяки трьом факторам: зростанню організацій, що працюють на поліпшення світу, діджиталізації з її постійним збільшенням кількості інформації та бажанню журналістів позитивно висвітлювати соціальні зміни, залучати при цьому більше читачів [2].

Підсумовуючи усе вище написане, робимо висновок, що журналістика рішень – абсолютно нова концепція, з якою працюють наразі журналісти для того, щоб повідомляти про проблемні ситуації, не акцентуючи на негативі. Вони розповідають, як ці проблеми можна вирішити. При цьому матеріали належать до інформаційних жанрів, а в їх основі лежать успішні ініціативи, спрямовані покращити світ. Хоча феномен журналістики рішень виник на початку XXI століття, його справжнє становлення починається лише з 2010 року. Розвиток концепції продовжувався, аби сьогодні solution journalism став одним із провідних трендів у світовій журналістиці.

1.2. Принципи журналістики рішень

У попередньому підрозділі ми розглядали виникнення терміну «журналістика рішень», формування його як поняття, зрештою, історію становлення конструктивної журналістики як явища. Зараз настав час розібратися з принципами solution journalism, адже саме вони лежать в основі створення всіх медійних матеріалів цього напрямку, роблять його таким, яким його знає сучасна аудиторія, надаючи можливість текстам виконувати свою пряму функцію.

Подамо критерії, які організація «Transitions» вважає ключовими у процесі підготовки якісних матеріалів журналістики рішень:

- 1) журналіст поглиблено фокусується на рішенні й тому, як воно працює – до найменших деталей;
- 2) матеріал має бути зосередженим на ефективності, презентує всі доступні докази результативності, а не просто добрі наміри;
- 3) висвітлюються обмеження та недоліки підходу;
- 4) стаття не тільки надихає на запровадження власних ініціатив, а ще й дає нові знання [15].

Американський дослідник Д. Гамбакорта виокремив чотири критерії, яких варто дотримуватися під час створення матеріалів журналістики рішень. При

цьому вони можуть бути застосовані для різножанрових текстів, навіть враховуючи різний формат подачі. Розглянемо і пояснимо кожен з них.

Історія рішення фокусується на відповіді на соціальну проблему і на тому, чому вона працює або чому ні. Якщо вона не описує відповідь, це не є журналістикою рішень. Вона повинна бути пояснена в самому в контексті проблеми, яку вона намагається вирішити. Розповідь передбачає пошук рішень, а напруга полягає в природній складності вирішення проблеми.

Найкращий матеріал напрямку solution journalism узагальнює уроки, які роблять відповідь актуальною та доступною для інших. Іншими словами, він надає інсайти. Те, що робить журналістику рішень захоплюючою, – це відкриття, подорож, яка вводить читача або глядача в прозріння і він бачить, як працює світ і як його можна покращити.

Журналістика рішень шукає докази – дані або якісні результати, які показують ефективність (або її відсутність). Матеріали журналістики рішень є прозорими перед аудиторією. Тобто вони відкрито наводять докази. Певна нова та зовсім свіжа відповідь може бути цікавою історією навіть без багатьох доказів, але журналіст має бути чесним стосовно їх відсутності та стосовно того, чому така відповідь все одно заслуговує бути висвітленою.

Повідомлення про обмеження – необхідна складова. Жодна відповідь не є ідеальною, і деякі можуть працювати добре для однієї громади, але зазнають невдачі в інших. Відповідальний журналіст описує, що саме в ній не працює, і зазначає відповідь в контексті [29].

Існують й інші принципи журналістики рішень. Британська журналістка Лілі Хайд наводить власні:

1. Пояснює передумови проблеми, глибоко занурюючись у її корінь проблеми, даючи зрозуміти причини та що робити.
2. Журналістська розповідь пропонує шляхи розв'язання проблеми. Вона показує вихід із ситуації та як ці проблеми розв'язати.
3. Наводить докази отриманих результатів.
4. Дає урок, який вчить і який можна поширювати.

5. Пояснює, які обмеження можуть містити рішення [33].

Дотримуючись цих п'яти правил, можна створити вичерпну історію, що починається з уявлення, як проблема виникла та як її можна вирішити.

О. Голуб називає ряд ознак конструктивної журналістики, які можна назвати маркерами:

1. Якість. Дотримання журналістських стандартів, включаючи баланс думок, достовірність, точність, повноту, оперативність і чітке розмежування фактів від коментарів.

2. Актуальність. Підтримка соціально важливих тем.

3. Експертна думка. Аналіз події та її можливих наслідків.

4. Акцент на способах вирішення складних ситуацій.

5. Надання порад і рекомендацій для громадян без завдання шкоди [26].

У праці «Журналістика ключових рішень» наведено п'ять основних складових журналістики рішень:

- 1) проблема, її причина та ознаки;
- 2) рішення як повторюванні ідеї, що пов'язані з розв'язанням проблеми;
- 3) впровадження або, іншими словами, детальна інформація про введення рішення в дію;
- 4) результати, у який відтворений прогрес від втіленого рішення;
- 5) інформація – робота з повною картиною проблеми, з якої читач може винести для себе щось важливе [1].

Враховуючи вище зазначені твердження, можемо лаконічно сформулювати найважливіші структурні елементи, які мають містити сучасні медійні тексти журналістики рішень:

- історія питання;
- передумови;
- рішення;
- докази;
- урок;
- недоліки.

Нью-йоркська організація «Solution Journalist Network» наводить такі особливості напрямку журналістики рішень:

- дає чіткі уявлення про суспільство;
- спонукає самостійно ухвалювати рішення;
- дає чітку інструкцію, як подолати проблему;
- дає зрозуміти, як можна подолати проблему;
- дає зрозуміти, як можна направити свої здібності для розв'язання соціальних проблем;
- змінює журналістику;
- навчає журналістів об'єктивно сприймати суспільство;
- залучає нову якісну аудиторію [35].

Хоча журналістика рішень має свої відмінності від традиційного підходу, роль та значущість історій у ній лишаються надзвичайно важливими. Можна стверджувати, що в більшому сенсі вона ґрунтується на історіях, оскільки це допомагає розкрити тему і привернути увагу читача, зацікавити його. І тут ми підходимо до питання, чи всі історії потрібно представляти в контексті журналістики рішень, або ж, можливо, тут існують свої особливості.

Під час обговорення конструктивної журналістики, особливу увагу приділяють історіям, які мають соціальне значення і сприяють більш точному відтворенню світу, зміцненню громадського духу та підвищенню рівня розвитку суспільства. В такому контексті, головною метою конструктивної журналістики є розширене сприйняття цих історій, проблем, і врахування різних точок зору. Ця форма журналістики прагне надати читачам не лише інформацію про конкретну проблему, але й відомості щодо можливих шляхів її вирішення [42, с. 6]. Проте відповідно до всього вищезазначеного, існують й історії та ситуації, які не вимагають акценту на пошуку рішень. Не для всіх проблем потрібно надавати конкретні відповіді, і тому не всі історії можна вважати успішними. Згідно з думкою дослідниці Б. Ковач, успішною історією можна вважати ту, що розкриває щось важливе і цікаве для суспільства, при цьому не всі події, які можуть стати новинами, мають достатню важливість для публікації в ЗМІ [40, с. 23].

Додатковими ознаками успішної історії є глибокий аналіз актуальної теми, тобто, як сам журналіст представляє та розкриває історію. Крім того, успішні історії є вичерпними та повними, оскільки вони базуються на перевірених даних з різних джерел та висвітлюють різні погляди і сторони [40, с. 27]. Іншими словами, історії повинні відповідати певним критеріям, щоб вони могли бути включені до журналістики рішень, і обов'язково мають висвітлювати позиції людей, які безпосередньо зіткнулися з такими ж самими проблемами.

К. Йохум, редактор медіа при Боннському інституті в Німеччині називає три елементи конструктивної журналістики. Розтлумачимо їх детально нижче.

Перший – акцент на рішеннях. Традиційна журналістика закінчується тоді, коли проблему було адекватно визначено або описано. Але конструктивна журналістика йде ще далі: вона також розповідає про рішення суспільних проблем, тим самим розширюючи обсяг журналістських досліджень. «Хто робить це краще?» – одне з центральних дослідницьких запитань, які ставлять журналісти solution journalism.

Велика кількість точок зору – ще один елемент. Журналістика, яка включає в себе багато точок зору, є актуальною, оскільки вона спрямована на інформаційні інтереси великої кількості різних людей у нашому суспільстві. Це важливий фактор, оскільки журналісти мають задумуватися над чим, чи їхня думка є об'єктивною, або більш схильна до негативу; чи в редакціях які виробляють контент, достатньо різноманітності, щоб дійсно відобразити розмаїття нашого суспільства.

Конструктивний діалог – це третій центральний елемент конструктивної журналістики, оскільки журналісти потрібні не лише як посередники актуальної інформації та різних точок зору, але й як модератори між різними суспільними групами. Він робить конструктивний діалог важливим інструментом для організації взаєморозуміння: він створює простори (включаючи цифрові), де люди можуть обмінюватися ідеями; це полегшує розмови між людьми різного походження; і він заохочує та пом'якшує мирні, орієнтовані на майбутнє дебати

з актуальних суспільних питань. Усе це робить прогрес можливим і значно сприяє соціальній згуртованості, а також зміцненню демократії [35].

Також важливим фактором під час створення матеріалів solution journalism є пропонування рішень, що можна легко повторити. Мається на увазі те, що варто вказувати не тільки можливі ризики під час реалізації рішень, не лише недоліки та помилки, яких припустилися інші люди, а й описувати, як вдалося дійти до такого рішення. Це важливо, оскільки детальність робить його легким для реалізації. Аудиторія чітко зможе зрозуміти, які кроки необхідні в тій чи іншій ситуації. Часто буває так, що знайдене рішення важко реалізувати на практиці. Таких прикладів варто уникати в журналістській діяльності [10].

Однією з найважливіших функцій журналістики рішень вважається її перспектива мобілізувати аудиторію. Наприклад, вона може надихати читачів на глибше пізнання теми, після читання статті мотивувати до активних дій, спонукати до обговорення матеріалу з друзями у соціальних мережах. Дослідник Р. Аллам вважає, що конструктивна журналістика може виступити як рушійна сила, яка здатна мобілізувати громадян. Він наводить такий приклад: якщо журналіст досліджує проблему нестачі води в Єгипті, він може описати сучасні методи зрошення, які допоможуть фермерам вирішити цю кризову ситуацію, збільшити врожайність та водозбереження. Дослідник підкреслює, що просування нових методів, ідей та позитивної поведінки є важливою частиною конструктивної журналістики, яка сприяє підвищенню благополуччя громадян та суспільства. Він вважає, що такий підхід до журналістики має переваги перед традиційним фокусом на негативних новинах та поширенні тривоги серед громадян [16, с. 25].

Крім того, його колеги висловлюють аналогічну думку щодо журналістики рішень і також розглядають її як засіб мобілізації суспільства. Зазначається, що деякі з них вважають, що конструктивна журналістика може бути корисною під час перехідних періодів у країні та під час економічних криз, а також має перспективу бути джерелом просвітництва, пропонуючи рішення, які сприятимуть підвищенню добробуту суспільства [16, с. 26].

Під час свого дослідження, присвяченого впливу журналістики рішень на аудиторію, К. Макінтайр зазначила результати, що також частково підтверджують наявність мобілізаційного ефекту. Зокрема, після читання матеріалів, в яких була використана журналістика рішень, люди виявляли бажання поширювати ці історії у соціальних мережах, виражати підтримку чи надавати фінансову допомогу благодійним організаціям, що допомагають безхатченкам. Емоції, такі як надія, гордість, радість і хвилювання, відігравали важливу роль у цьому процесі [41, с. 65-66].

Важливо також враховувати контекст, в якому функціонує журналістика рішень. Кожна країна має свої унікальні особливості, політичний фон, та своє бачення розвитку. Тому мобілізаційний ефект журналістики рішень може проявлятися різними способами в різних країнах. Наприклад, в одних випадках він може бути менш помітним, в інших – суттєвим і впливати на численні зміни. При цьому, досвід Руанди може надати цікавий приклад, як ця країна в Африці, хоча віддалена і ментально відмінна від інших, все ж проявила себе в контексті журналістики рішень і показала, який вплив вона принесла.

У Руанді, країні, яка досі відчуває наслідки геноциду, спостерігається зміна в підході до роботи журналістів. Вони все більше використовують журналістику рішень, спрямовуючи її на підвищення конструктивності, позитивних новин та миру. Це відбувається на фоні попереднього переважаючого ненависті, мстивості та насильства після геноциду [43, с. 7].

Говорячи про конкретний приклад, К. Макінтайр пише про публікацію одного матеріалу у Руанді, в якому використовувалася конструктивна журналістика. Ситуація, описана у статті, значно покращилася. Ця історія стосувалася жінки, яка під час геноциду рятувала життя понад 400 особам, і, завдяки публікації цього матеріалу, уряд взявся за допомогу цій жінці, надавши їй фінансову підтримку для будівництва її власного будинку [43, с. 10]. Звичайно, неможливо стверджувати з абсолютною впевненістю, що лише використання конструктивної журналістики було визначальним фактором у розв'язанні цієї ситуації. Важливо враховувати, що впливали й інші фактори, такі як драматичний

зміст, реакція громадськості та інші чинники. Проте, в рамках нашого дослідження важливо відмітити той факт, що в Руанді конструктивну журналістику розглядають як підхід, який є актуальним та ефективним, особливо коли йдеться про такі складні та болючі для суспільства теми, як геноцид.

У медіа в Руанді також використовується конструктивна журналістика при висвітленні історій про злочинців, які брали участь у геноциді і вже звільнені з в'язниць. У таких матеріалах намагаються підкреслити процес відновлення Руанди й демонструвати, що люди, які пережили геноцид, і ті, хто був причетний до нього, наразі співіснують та рухаються вперед [43, с. 12].

Отже, руандійські журналісти пропонують саме таке рішення та роблять ставку на те, що мобілізаційний ефект полягатиме у тому, що люди будуть пропагувати ось таку зміну відношення до людей, причетних до геноциду. Однак знову-таки не можна із впевненістю говорити про те, чи це правильно, чи ні, чи доцільно тут застосовувати журналістику рішень, тому що мова йде, перш за все, про досить важкі й трагічні події. Чи легко людям співіснувати поряд з тими, хто вчиняв геноцид, чи дійсно вони будуть раді державним програмам, присвяченим інтеграції в суспільство таких людей, чи потрібно журналістам пропонувати рішення, які б змінили цю ситуацію – це все відкриті питання й відповіді на них, в контексті журналістики рішень і, особливо, в контексті подібного минулого як в Руанді, варто знаходити всім журналістам, які беруться за такі матеріали.

Ще у часи пандемії коронавірусної інфекції стало очевидним, що кожний громадянин, який є частиною медіа-аудиторії, має потребу у якісній, перевіреній та корисній інформації, що допомагає вирішувати актуальні проблеми та, фактично, може врятувати життя. З іншого боку, незалежно від радикальних соціальних змін і викликів, з якими стикається сучасний світ, людина завжди потребує надійної та цінної інформації для прийняття обдуманих рішень. Навіть у складних обставинах, коли потрібно уважно аналізувати і обирати, все ще існує така потреба. Нині, під час повномасштабної війни, ця необхідність ще більше розкриває цінність навичок фільтрування повідомлень, визначення надійних джерел та отримання корисного й об'єктивного інформування. Це дозволяє

швидко реагувати на поточну ситуацію. У цьому контексті особливо актуальною стає конструктивна журналістика, або журналістика рішень з усіма її практиками.

Гібридна війна Росії проти України робить багато речей неочевидними. Це такі як розділення на «ворога» та «союзника», «свого» та «чужого». Проте навіть серед «своїх» та «союзників» існує різноманіття поглядів, яке, враховуючи поляризацію аудиторії, може призвести до конфліктів та протистоянь у медіа та суспільстві. На думку дослідниці О. Іванової, конструктивна журналістика взаємодіє з аудиторією, що сприяє зменшенню емоційності та сприяє швидкій реакції на соціально важливі теми. Цей підхід допомагає розглядати питання з більш збалансованої точки зору та знижує можливість конфліктів. Конструктивний підхід включає толерантний тон, повагу та підтримку, сприяючи діалогу та зближенню різних точок зору на проблеми [3, с. 87-88].

О. Іванова має власну думку стосовно впливу конструктивної журналістики на рівень конфліктогенності під час війни. Вона вважає, що коли журналістика миру описує конкретні успішні та цікаві рішення, це може демонструвати різним людям, включаючи тих, чий погляд відмінний або навіть протилежний, прийнятні задовольняючі альтернативи. Це сприяє зближенню позицій та зменшенню конфліктів у соціальному спілкуванні [3, с. 93].

Тобто конструктивна журналістика сприяє зменшенню конфліктів у соціальному середовищі, оскільки вона має потенціал і можливості зробити позицію медіа-аудиторії більш об'єктивною, знизити рівень емоційної нестабільності та розширити спектр усвідомлених, а також належним чином розглянути процеси й питання, пов'язані з сучасним соціокультурним життям.

Журналіст та науковець В. Лизанчук переконаний, що «в сучасних умовах російської інформаційно-психологічної агресії, заповнення інформаційно-гуманітарного простору України потужними потоками найрізноманітніших інформаційних повідомлень, насичених маніпулятивними антиукраїнськими смислами, потрібно створювати надійні морально-психологічні бар'єри негативному впливові» [8, с. 118]. А далі запевняє, що «наукові дослідження, аналіз матеріалів ЗМІ дають підставу стверджувати, що саме україноцентризм є

передумовою «конструктивної журналістики» в Україні» і що «з ідеології і політики україноцентризму мають впливати стандарти журналістської праці у ЗМІ України» [8, с. 118].

Журналістка М. Малевська наголошує на ефективності підходу до збору інформації для матеріалів журналістики рішень, зокрема воєнного часу, де важливіше використовувати людські історії і взаємодію з аудиторією, щоб знайти конкретні приклади рішень, тим самим витягуючи людей із стану жертви і сприяючи розв'язанню проблем. Тобто, знаходячи шляхи для спілкування з аудиторією, журналісти отримують можливість почути про ті самі нагальні виклики, з якими вже зіткнулося суспільство та, можливо, намагається боротися з ними самотужки [13].

Після вторгнення Росії в лютому 2022 року, потік російської дезінформації зріс ще більше, і це призвело до серйозних руйнівних наслідків та ще більше активізувало інформаційний фронт України. Газета «День», для якої *solution journalism* є вже давньою метою та яка організовує літні школи конструктивної журналістики, так висловлює думку щодо рішень в медіа під час війни: «Світ, стикнувшись із колосальним обсягом навмисної дезінформації, що вводить в оману, жонглюючи поняттями демократії, свободи слова, намагається знайти протиотруту, переглянути традиційні журналістські стандарти, що в умовах гібридних воєн стали пасткою, а тому на порядку денному потреба в конструктивній журналістиці, яка не обмежується інформуванням, констатацією якогось факту і двох чи кількох поглядів на цей факт, а шукає чи показує шляхи виходу із ситуації» [4].

В. Пічунін, журналіст і директор з досліджень та розвитку регіонального медіа «Накипіло», окреслює ситуацію в журналістиці під час війни та називає основну причину, яка наразі стоїть на заваді до поширення журналістики рішень серед українських медіа. Він говорить, що самі журналісти від початку війни вбачають свою місію лише в швидкій подачі новин для аудиторії і, публікуючи заголовки про нові руйнування або обстріли, отримують велику кількість переглядів, але тим самим широко поширюють страх. В. Пічунін також вважає,

що в такій ситуації працівники медіа не збираються зупинитися й бути конструктивним, адже не бачать в цьому цінності, поки отримують перегляди та гроші з опублікованих матеріалів [44].

Американська дослідниця К. Роу визначає 7 критеріїв, за якими можна визначити, що матеріал у напрямку журналістики рішень написано неправильно, хоча одразу так може і не здаватися. Розглянемо їх далі:

- герой на першому плані;
- наголошування на універсальності;
- «допомога друзів»;
- аналітичність;
- миттєві пожертви;
- рішення – не головне;
- «наповнимо добротою серця» [52].

Тепер у порядку черги розберемося із значенням цих критеріїв. Найпоширенішою помилкою в текстах журналістики рішень є їх перетворення у звичайні історії успіху. Тобто зазвичай звертають більше уваги на особистий досвід та досягнення героя, іноді переносячи важливість шляхів розв'язання проблеми на другий план. Ця помилка часто переплітається з іншою, коли рішення виглядає несуттєвим або непродуманим. У першому випадку фокус зосереджується на герої, у другому – на описі проблеми, не враховуючи важливості рішення.

Ще однією поширеною помилкою в публікаціях є намагання видати рішення за абсолютно універсальне. Це часто виражається в надмірно емоційних висловах, наприклад, «це врятує світ», «таке рішення допоможе всім». Однак це може призвести до того, що публікації матиме вигляд вдало або невдало прихованої рекламної статті чи піару. Згідно з морально-етичними стандартами журналістики рішень, важливо уникати цього підходу та зосереджуватися на більш об'єктивному відображенні проблеми та її можливих рішень. Ознакою цієї помилки є поверхневий опис проблеми.

Значно відмінним від попереднього є критерій аналітичності. Цей підхід вважається неприпустимим через те, що матеріали журналістики рішень відносяться до інформаційного жанру, як ми вже раніше з'ясували. В аналітичних матеріалах журналіст використовує гіпотези та проводить глибинний аналіз проблеми, в той час як журналістика рішень спрямована на відображення людського досвіду та його вплив на ситуацію як на локальному, так і на глобальному рівні.

Щодо наступного критерію – миттєві пожертви, тут варто сказати, що такий підхід широко відомий у світовому журналістському досвіді. Там читачі часто сприймають журналістику рішень як засіб медіа-підтримки, оскільки в таких матеріалах їх часто закликають натиснути на кнопку і пожертвувати близько \$5 на благодійність. Сума невелика, але зазвичай такі історії залучають емоційне включення до підтримки певної ініціативи, виставляють це як «рішення» проблеми, що є безпосередньою маніпуляцією й не відповідає класичній структурі матеріалів у форматі журналістики рішень.

Останнім критерієм, на який звертає увагу К. Роу, є метафоричний вираз «наповнимо добротою серця». Цей вираз вказує на те, що журналістику рішень часто плутають з «хорошими новинами». У таких матеріалах розповідається про те, що в світі існують добрі люди, які вчиняють добрі справи, проте не надається докладної інформації про структуру проблем, що є ключовою частиною матеріалів журналістики рішень. Проте не варто повністю уникати інфоприводи, які могли би бути із розряду «хороших новин». Наприклад, розважальні новини про смішних котиків та собачок в журналістиці рішень можуть перетворитися на матеріали на кшталт «як боротися з проблемою безпритульних тварин», або «як знайти постраждалим від війни тваринам дім».

Окрім усіх вище названих критеріїв, які не є маркерами справжньої журналістики рішень, можна назвати ще один, але він відноситься до напряму. Медіаексперт Т. Матичак зазначає, що розслідувальна журналістика не тотожна solution journalism. Пояснюється це тим, що перша – розглядає лише ті події, які вже сталися і працює над тим, аби надати ситуації розголосу та вершити

правосуддя. З журналістикою миру інша ситуації, оскільки вона дивиться в майбутнє, журналіст в ній – посередник для того, аби надихати та згуртовувати суспільство позитивними прикладами та варіантами вирішення проблемних ситуацій [10].

Також журналісти, які працюють в напрямку solution journalism часто стикаються з неочевидними труднощами. Про це говорить Н. Куліді, редактор медіа «Рубрика». З-поміж них можемо виділити:

- 1) брак кейсів, які можна розкривати в журналістці рішень;
- 2) складнощі з пошуком статистик, щоб обґрунтовано висвітлити проблему або показати дієвість рішень;
- 3) важко знайти гідну тему, адже не кожна тематика може зацікавити аудиторію в залежності від розміру медіа;
- 4) проблема – знайти рішення або приклади рішень [5].

Отже, дослідивши думки науковців та журналістів стосовно основних принципів solution journalism, приходимо до висновку, що журналістика рішень – це серйозний напрям. Фахівець, який працює в ньому має бути підготовлений, обізнаний щодо його структури, базових засад та основних завдань. Важливо вміти знаходити правильний інформаційний привід, вдало обирати шлях дослідження проблеми, а також різносторонньо обґрунтовувати знайдене рішення.

РОЗДІЛ 2

ЖУРНАЛІСТИКА МИРУ ЯК СУЧАСНИЙ МЕДІЙНИЙ ТРЕНД

2.1. Світовий досвід і кейси журналістики миру

У попередньому розділі ми здійснили огляд підходів до тлумачення поняття «журналістика рішень», як воно розвивалося, ставши повноцінним напрямом в роботі медійників; з'ясували головні принципи, за якими функціонує solution journalism, його головні ознаки. У другому розділі роботи ми зосередимось на аналізі медійних трендів та дослідимо приклади успішних проєктів та ініціатив, що акцентують увагу на позитивних аспектах та рішеннях у світовій журналістиці.

Конструктивна журналістика здобула популярність лише нещодавно та продовжує привертати увагу світу медіа та редакцій. Є ЗМІ, які створюють весь контент або його частину (наприклад, репортажі або серії матеріалів), використовуючи підходи журналістики миру. Раніше ми вже згадували Solution journalism Network, як організацію, з якої пішло явище журналістики рішень. Та використовувати його на практиці почали в американському виданні «The New York Times». На офіційному сайті медіа сказано, що розділ «Fixes», в якому і почала активно функціонувати журналістика рішень, «розглядає рішення соціальних проблем та причини їх ефективності» [34]. Зазвичай матеріали, представлені там, розповідають про інноваційні програми, проєкти та підходи, які призвели до покращення різних аспектів сучасного життя, такі як освіта, охорона здоров'я, екологія, боротьба з бідністю, культурна інтеграція та інші. Тобто мета цієї колонки – надати читачам позитивні приклади і надихнути їх до дій та змін у власних спільнотах, що і є одною із основних засад журналістики рішень.

Прикладом може бути стаття «Can dirt save the Earth?», в якій автори досліджують питання про зниження родючості ґрунту та відновлення екосистеми, а також пропонують різні підходи до сталого землеробства [50].



Рис 2.1.1. Скріншот із сайту «The New York Times».

В одній зі статей на сайті «The New York Times» Д. Борнстайн написав: «Зазвичай розповіді, спрямовані на знаходження рішень, мають нахил до майбутнього – ми зазвичай досліджуємо ідеї, в які ми віримо, що мають потенціал для розвитку, на відміну від подій, які відбулися в минулому, – тому завжди є великий простір для помилок, і це ще більше ускладнює завдання. Моя велика тривога полягає в тому, що я можу писати про щось, що, на мою думку, розумно та ефективно, і виявити, що це невірно, шкідливо та марнотратно. Відгуки від читачів дуже допомагають. В кожній колонці я вчусь із критики, досвіду та експертності читачів» [21].

Ще один приклад використання журналістики рішень як сучасного медійного тренду є британське видання «The Guardian», яке вже давно активно займається розслідуванням екологічних проблем та шукає способи їх вирішення. У рубриці «The Upside» публікують серії статей, що освітлюють актуальні проблеми, такі як забруднення повітря, зменшення біорізноманіття, питання водопостачання та енергетики, і надають конкретні шляхи їх подолання. Саме видання визначає свій вектор роботи так: «Журналістика, яка відкриває реальні

рішення: людей, рухи та інновації, що пропонують відповіді на наші найнагальніші проблеми» [51].

«The Upside» було запущено 12 лютого 2018 року, коли журналісти опублікували заклик до читачів, в якому просили поділитися тим, як їхня спільнота допомогла вирішити місцеву проблему. І тоді близько 1000 осіб звернулись зі своїми пропозиціями. Ініціатива, яка частково фінансується за рахунок гранту від Фонду Сколла, ґрунтується на пілотному проєкті з конструктивної журналістики, який «The Guardian» розпочав літом 2016 року. За ті 18 місяців організація виявила, що її матеріали про рішення привертають у середньому на 10 відсотків більше читачів, і майже одна з десяти осіб зазвичай ділиться позитивними новинами у соціальних мережах [51].

В «The Upside» матеріали стосуються п'яти сфер: навколишнє середовище, наука та технології, громадська охорона здоров'я, громадське лідерство та гендерні питання, і включають письмові матеріали, а також інші інтерактивні та мультимедійні формати [40].

Продемонструвати застосування журналістики рішень в «The Guardian» може один із матеріалів, який носить назву «Food, homes and books – for the 99%» [19]. Він розглядає свіжі підходи до розв'язання відомих проблем, таких як питання безхатченків та сільська бідність. Публікація розповідає історії про італійських пшеничних фермерів, які стикаються з низькими цінами, погіршенням якості землі та глобалізацією в сухому внутрішньому регіоні Сицилії та про те, як зміна законодавства, що дозволяє вирощування конопель, призвела до буму виробництва та надії на майбутнє. Також у статті розглядається ініціатива в Оксфорді, спрямована на розв'язання проблеми безхатченків шляхом цифрових рішень.

Далі розглянемо «The Solution Project». Журналісти цього видання досліджують питання, пов'язані з енергетикою, аналізують проблеми, спричинені використанням вугілля та нафти, і пропонують рішення у вигляді заміни цих джерел відновними джерелами енергії, такими як вітроенергетика, сонячна енергія та геотермальна енергія. Організація була створена в 2011 році видатними

діячами науки, бізнесу та індустрії розваг з метою використання об'єднаних зусиль людей у галузі науки, бізнесу та культури для прискорення переходу до стовідсоткового використання відновлюваної енергії у Сполучених Штатах. Грунтуючись на результатах академічних досліджень, організація стверджує, що Америка здатна задовольнити всі свої енергетичні потреби за рахунок відновлюваних джерел енергії, і що цю мету можна досягти до 2050 року.

Фразу, яку видання написало на власному офіційному сайті можна вважати їхнім повноцінним гаслом: «Разом ми революціонуємо те, що можливо». Також вони називають себе «національною некомерційною організацією, яка фінансує та розширює кліматичні справедливі рішення, створені передовими спільнотами, що створюють сили для справедливої та відновної економіки» [56].

Одне з найважливіших досліджень, опубліковане на сайті «The Solution Project», має назву «Explore our interactive map to see what 100% renewable energy could look like where you live in the year 2050». Читачу представлена інтерактивна карта, де обравши регіон проживання, можна побачити найважливіші показники [46].

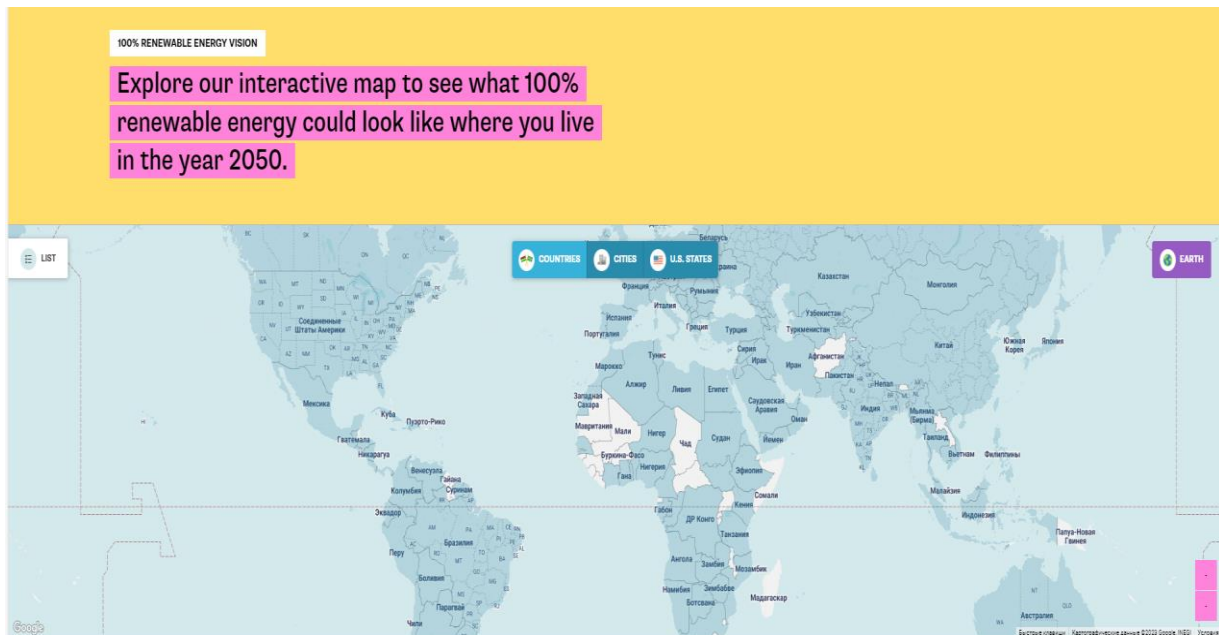


Рис. 2.1.2 Скріншот інтерактивної карти публікації.

Загальна думка даної розробки полягає в тому, що перехід до 100% використання відновлювальної енергії є важливим для майбутнього нашої планети та суспільства. Автори наголошують на тому, що це питання вимагає спільних зусиль всіх – від простих громадян до великих корпорацій та політичних лідерів. Вони роз'яснюють, що використання відновлювальних джерел енергії – це не лише крок у напрямку екологічної сталості, але і спосіб забезпечити собі смислову роботу, економічну вигоду, і здорове місце для проживання. У дослідженні підкреслено що відновлювальна енергія – це необмежений резерв, який не завдає шкоди природі та людям. Текст спонукає до того, щоб бути частиною цього руху і наголошує на важливості громадської підтримки, освіти та тиску на політичних лідерів і корпорації. Автори закликають до того, щоб кожен із нас був частиною зміни, несучи свою відповідальність за майбутнє планети і суспільства.

Всесвітньо відома організація «Бі-бі-сі» також є одним із найвпливовіших медіа, яку транслюють «журналістику, орієнтовану на рішення». Такий новий підхід був запроваджений у 2016 році. Керівниця редакційного партнерства BBC World Service Group Е. Касріель вважає, що традиційний підхід до журналістики, який фокусується на драматичних подіях може створювати спотворене уявлення про світ для глядачів і читачів, адже журналісти часто створюють новини, які акцентуються на чому-небудь розбитому, насильницькому або тривожному, через що глядачі відчувають, що проблеми неможливо вирішити [37].

Натомість solutions-focused journalism зосереджує увагу, як проблеми можуть бути вирішені та як працюють рішення. Е. Касріель наголошує на важливості такого підходу особливу для молодшої аудиторії. Проте визнає що цей підхід до журналістики хоч і заслуговує на увагу, але необхідні були додаткові дослідження, щоб визначити, чи готова аудиторія споживати та обговорювати такий тип контенту [37]. Водночас варто зауважити, що журналістика миру стає для «Бі-бі-сі» способом залучення аудиторії, зокрема молодих людей віком від 16 до 34 років, які становлять ключовий виклик для громадського мовника, і водночас є ключовим чинником для стійкості організації в умовах домінування

стримінгових гігантів, інтернет-платформ та інших великих комерційних гравців у цифрову епоху. «Бі-бі-сі» визнає важливість створення контенту, який був би цікавим і актуальним для молодшої аудиторії, бо інакше існує ризик втрати інтересу аудиторії молодшого покоління [39, с. 25–26].

Отже, ми вже визначили, що «Бі-бі-сі» визнає цілі журналістики рішень сумісними зі своєю місією громадського обслуговування і позиціонує журналістику, спрямовану на рішення, як практику, яка може надавати більш точне уявлення про світ, надихати тих, хто прагне інформування, служити загальному добру та допомагати виконувати громадські завдання без відмови від зобов'язання забезпечувати точну, незалежну та об'єктивну журналістику, яка включає у себе вимогу ставити владу перед судом.

Тому, із 2016 року одним із проєктів організації є «People Fixing the World», який базується на подкастах, а також на коротких відео, призначених для онлайн-платформ та соціальних медіа [32].

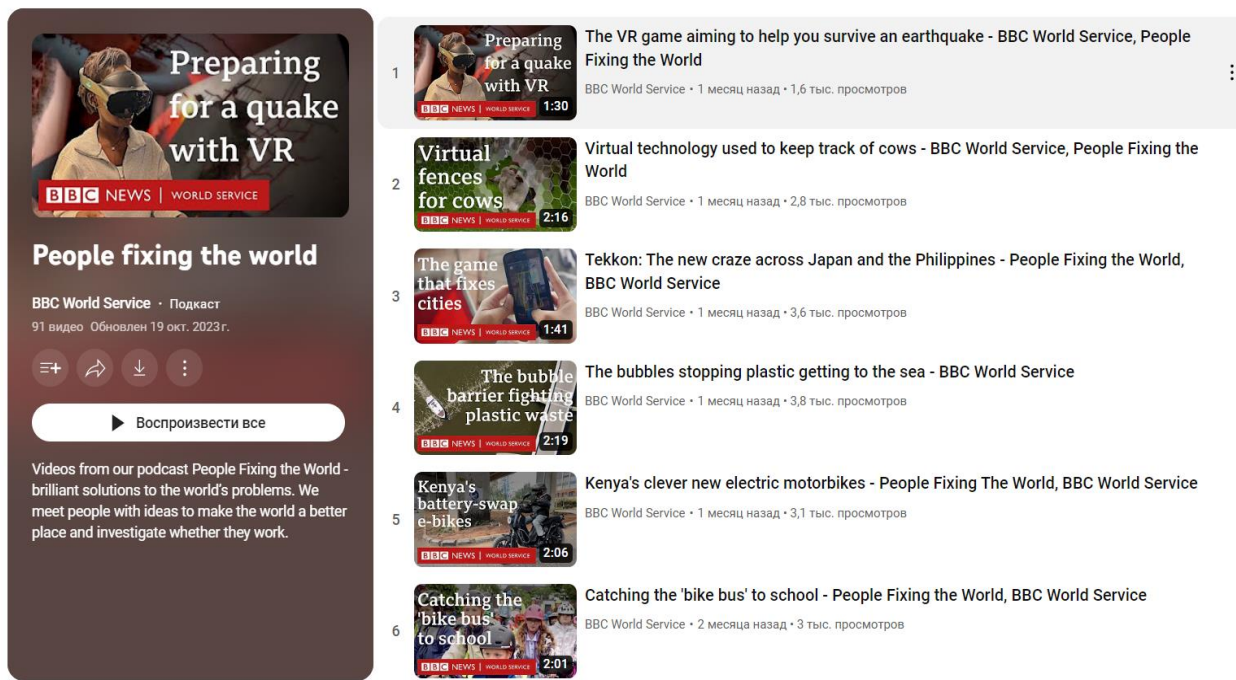


Рис. 2.1.3 Скріншот з YouTube-каналу медіа.

Таким чином, «Бі-Бі-Сі» є однією з рідкісних медіаорганізацій, яка має проєкт журналістики рішень, спрямований саме на відеоформат, і робить це для

онлайн аудиторії та соціальних медіа, де люди все більше втрачають інтерес до новин. Проєкт розповідає про історії людей та організацій, які працюють над вирішенням проблем, таких як бідність, зміна клімату, дискримінація, освіта, охорона здоров'я, технологічні розробки тощо. Ця рубрика намагається підкреслити позитивний внесок та інновації, які створюють люди для розв'язання глобальних проблем.

Наступний приклад медіа, яке працює в напрямі журналістики рішень – це «The Optimist Daily». Воно є відомою цифровою новинною платформою, яка пропонує читачам позитивні новини, спрямовані на пошук надії та натхнення. Їх основною метою є змінити негативний наратив, який часто домінує у масових медіа, і надати аудиторії позитивний погляд на проблеми та виклики сучасного світу. Таке широке бачення медіа має стосовно нової моделі для новин: «Ми виходимо за рамки традиційної ролі журналістики та прагнемо фактично змінити свідомість. Існують патерни, які ми створюємо, читаючи традиційні новини, і вони більше не слугують нам так, як раніше. Замість цього потрібно включити реальні рішення в нашу повсякденну рутину. Стара парадигма зламана. Нова тепер на кінчиках ваших пальців. Поширюйте ці історії в соціальних мережах, надсилайте їх друзям та родині, і обговорюйте їх при кожній нагоді» [23].

І дійсно, медіа має збалансований підхід до висвітлення новин: воно намагається забезпечити рівновагу між негативними та позитивними новинами, допомагаючи читачам бачити глобальні виклики з оптимістичного кута зору та при цьому працює над створенням надійного та об'єктивного джерела інформації, щоб читачі могли розуміти сутність проблем та можливостей.

Розглянемо матеріал, який повністю відображає дух та вектор роботи «The Optimist Daily». Він має назву «Electric taxis take flight – The greener future of urban air travel» [17]. У цьому матеріалі розглядається потенціал використання електричних літаючих таксі для транспортування пасажирів у міських умовах. Головна ідея полягає в тому, що такі засоби пересування можуть стати більш екологічно чистим та ефективним рішенням для розріджених доріг та забруднених міст. Компанія Volocopter веде розробку цих електричних літаючих

таксі та має плани демонструвати їх на Олімпійських іграх 2024 року в Парижі. Хоча існують технічні недоліки, такі як обмежена дальність польоту та пасажирська вмісткість, розвиток батарейних технологій та керування повітряним простором може сприяти впровадженню цього виду транспорту в майбутньому. Така ініціатива має потенціал змінити спосіб пересування великих міст та зменшити транспортні затори й викиди вуглецю.

Наступний приклад медіа журналістики рішень – «Ode Magazine». Це нідерландський незалежний журнал із нетиповою концепцією. Для більш точного розуміння напряму цього медіа наведемо уривок з їх офіційного сайту: «Ми віримо в прогрес, постійні можливості та креативність людства. Ми сприяємо прогресу, публікуючи історії про людей і ідеї, які змінюють світ навколо нас. Ми також звертаємо увагу на проблеми суспільства, оскільки вони представляють можливості для позитивних змін. Ми публікуємо історії, які зміцнюють зв'язок між думкою і дією, між гнівом і надією, а також болісним розривом між багатими і бідними» [54].

Таким чином, медіа позиціонує себе таким, що будує мир, стійкість та стабільність і наголошує на тому, що публікує новини саме для цього. Журналісти надають читачам можливість долучитися до міжнародної мережею співпраці, яка «зміцнюючи сили, прагне до поваги, справедливості та рівності». Так журнал залучає аудиторію зробити свій власний внесок у справедливий і стійкий світ.

На прикладі матеріалу «Food Justice: Sustainability and Equity in the Context of Ode Magazine» розглянемо, як медіа транслює свої думки та які рішення пропонує [53]. Це обширне дослідження, яке розглядає багатогранні аспекти фуд-джастіс (справедливий доступ до їжі), окреслюючи його важливість для створення сталої системи харчування. Текст матеріалу висуває концепцію фуд-джастісу як більшої, ніж просто забезпечення доступу до доступної та здорової їжі для всіх. Він визнає, що соціальні та економічні нерівності грають важливу роль у визначенні розподілу їжі між людьми, а разом з тим і екологічний вплив. Несталі методи сільського господарства призводять до змін клімату,

деградації ґрунтів та забруднення води, що загрожує добробуту нинішніх та майбутніх поколінь. Автори знаходять рішення в програмах сприяння сільському господарству, спрямованих на співпрацю між фермерами і споживачами. Отже, узагальнюючи усе вище сказане, дослідження стверджує, що через колективну дію та свідомий вибір ми маємо змогу сприяти справедливості в наших спільнотах та забезпечувати здоров'я нашої планети для майбутніх поколінь.

Французька організація «Sparknews» була створена у 2012 році журналістом К. де Буаредоном, який також є співзасновником вже раніше згаданої асоціації «Reporters d'Espoirs». З моменту заснування медіа почало активно займатися не лише журналістикою, але і іншими ініціативами, спрямованими на підвищення обізнаності й підтримку позитивних ідей у галузі сталості, соціальної відповідальності та екологічної трансформації. Організація впроваджує різні програми, спрямовані на створення нових наративів у різних сферах, і працює із зацікавленими сторонами, включаючи компанії, ЗМІ та лідерів думок у творчих сферах [38].

Де Буаредон має чітке бачення *solution journalism* в своїй організації: «Журналістика рішень, не повинна замінювати звичайне викладення проблем, а скоріше може доповнювати його. Фактично, це більше метод чи інструмент для конструктивного підходу до проблеми в будь-якому випадку, коли існують рішення. Журналісти повинні продовжувати надавати своїм читачам контекст щодо проблем, і, на жаль, деякі глобальні питання є невирішеними, але ми все одно повинні говорити про них, поки не знайдемо впливове рішення, яке варто висвітлювати» [25].

«Sparknews» переконує журналістів у тому, що підхід, орієнтований на рішення, може бути так само критичним і ретельним, як і традиційна журналістика. К. де Буаредон стверджує, що для такого матеріалу, важливо дотримуватися тих самих принципів і стандартів, що і для звичайної новинної історії. Це, звісно, включає перевірку фактів і доведення, що запропоноване рішення є ефективним. Однак він також вважає важливим враховувати те, що не всі ідеї та рішення, які розвиваються по всьому світу, мають реальний вплив або

стійку бізнес-модель. Тому також необхідно надавати інформацію про обмеження та виклики рішення та залишатися критичними у відношенні до них.

Для ілюстрування втілення ідей журналістики рішень у «Sparknews» розберемо матеріал під назвою «Rethinking biodiversity during Covid-19» [22].

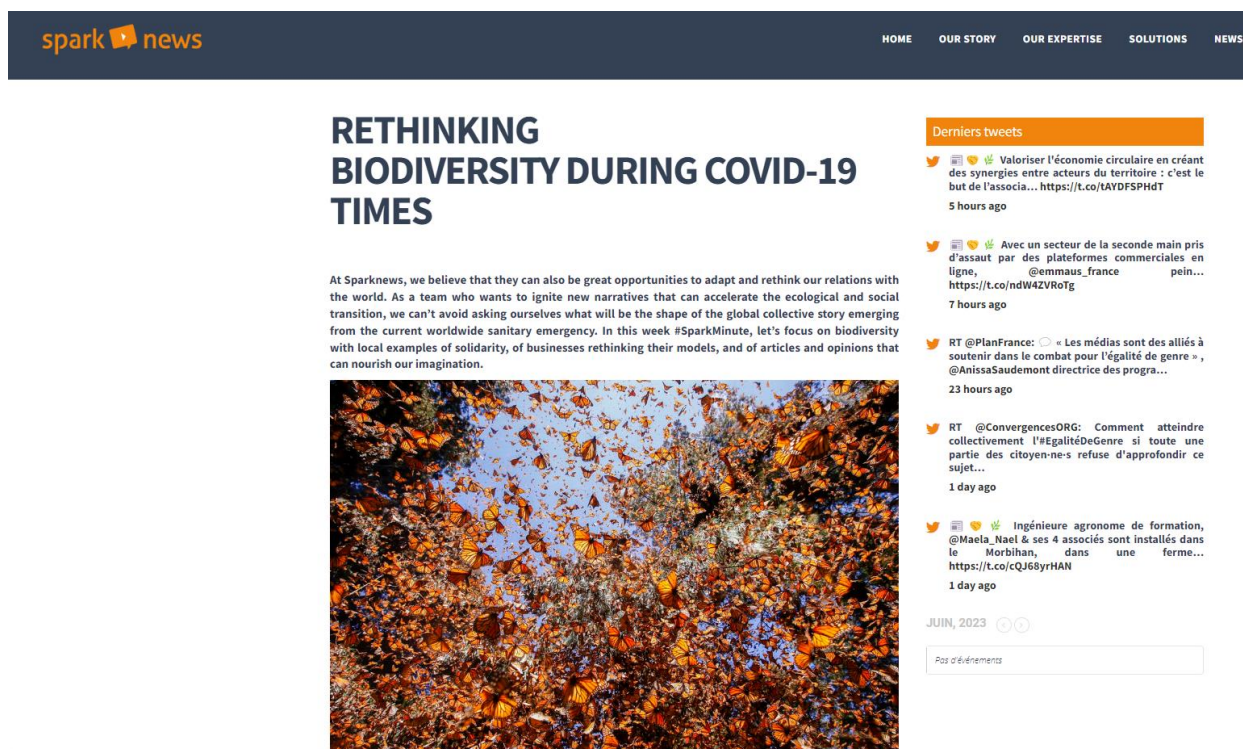


Рис. 2.1.4 Скріншот із сайту «Sparknews».

Тут журналісти розглядають питання біорізноманіття під час пандемії та як ця глобальна криза може вплинути на екологічну та соціальну трансформацію світу. У дослідженні розглядається зв'язок між пандемією та біорізноманіттям, зокрема висвітлюється вплив людей на природу, що спричиняє поширення зоонозів, таких як COVID-19. Також наводяться приклади позитивних заходів, спрямованих на підтримку багатства видів, включаючи ініціативи з охорони природи для їх вивчення та захисту. В цілому, журналісти підкреслюють, що боротьба з пандемією може також послужити приводом для переосмислення наших відносин з природою і зміни способу життя з метою збереження планети.

Отже, вивчивши усі вище розглянуті приклади, можна стверджувати, що журналістика рішень є сучасним медійним трендом, який швидко розвивається

та стає невід'ємною частиною роботи багатьох провідних світових медіа, що активно демонструють громадськості кейси, які працюють. Вони в свою чергу підвищують обізнаність аудиторії про соціальні та екологічні проблеми, спонукаючи її до дій. Журналісти сприяють упровадженню новітніх технологій, та створюють важливий інструмент, що стимулює громадськість співпрацювати з державними установами та науковими організаціями для досягненні спільних цілей у вирішенні складних проблем сучасності.

2.2 Онлайн-медіа «Рубрика» як кейс журналістики миру і рішень в Україні.

Розглянемо кейс онлайн-медіа «Рубрика», яке є яскравим прикладом журналістики миру і рішень в Україні. Під час війни видання «Рубрика» визначає журналістику рішень як «журналістику рішень воєнного часу», що має на меті надавати швидкі та конкретні відповіді на нагальні питання [13]. Це включає інструкції, пояснення та матеріали «Що робити, якщо...?», які неможливо знайти в пошукових системах та які збагачені особистим досвідом тих, хто вже зіткнувся з подібними проблемами, а також містять консультації експертів. Така журналістика відповідає на різні питання, від «Як протистояти окупації?» до «Як виглядатиме вступна компанія цьогоріч?». Розповідь про конкретні приклади має важливе значення не лише як демонстрація того, як слід діяти, але й для того, щоб сформувати загальний настрій спільної боротьби проти складних обставин, викликати активність, підтримувати позитивне уявлення про майбутнє і сприяти об'єднанню різних людей і громад для досягнення спільних цілей і перемоги.

Стосовно конструктиву в українській журналістиці після початку повномасштабного вторгнення А. Руденко, головна редакторка «Рубрики» говорить, що під час початку війни багато видань, включаючи їхнє, спрямували свої зусилля на поширення оперативних новин у соцмережах. Проте з часом вони зрозуміли, що можуть бути більш корисними, надаючи своїм читачам практичні поради та шляхи вирішення проблем. А. Руденко також пояснює, що філософія журналістики рішень полягає у пошуку конкретних відповідей на чітко визначені

проблеми та акцентується на тому, як бути корисними для читачів. Цей підхід не обов'язково є позитивною журналістикою чи історією успіху, але він спрямований на пошук рішень для нових проблем реальності, в якій тепер є війна [13].

А. Руденко ще більш детально пояснює специфіку журналістики рішень під час війни та говорить, що головна ідея полягає в тому, що у журналістів, які працюють у цьому напрямку, завдання не обмежується лише подачею інформації та аналізом, а також важливою метою є надання читачам практичних рішень та конструктивних порад, навіть у складних ситуаціях, таких як війна. Редакція ставить перед собою завдання бути конструктивною, навіть коли не може змінити песимістичний характер деяких матеріалів, і вносити певні блоки інформації, які допоможуть читачам бути краще підготовленими до подій і не втрачати надію на поліпшення ситуації [14].

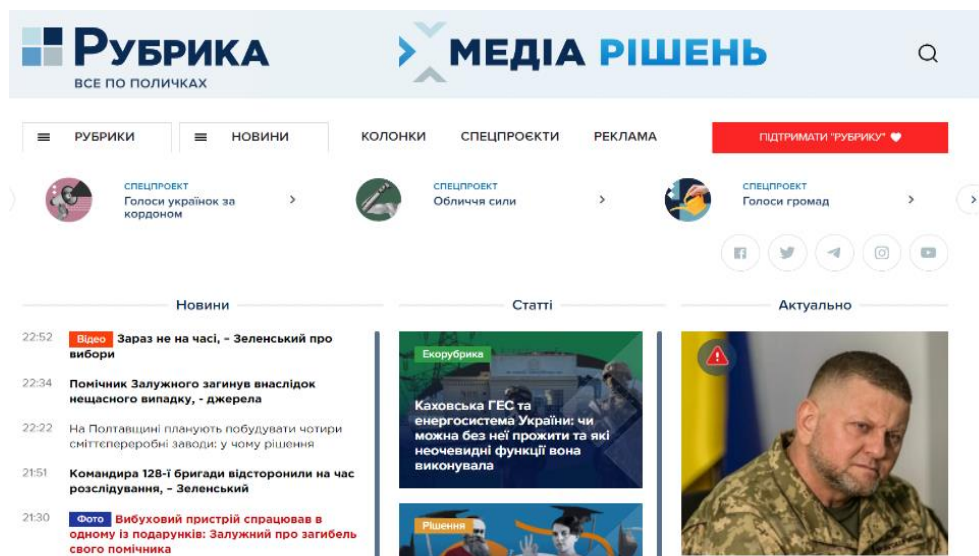


Рис. 2.2.1 Скріншот головної сторінки сайту онлайн-медіа «Рубрика».

«Рубрика» – перше українське видання, яке працює цілковито в напрямі журналістики рішень. Вони називають себе «медіа корисних рішень для кожного». Ми здійснимо аналіз цього ЗМІ як кейсу, який є показовим у вітчизняній медіа практиці.

З демографічної точки зору, ядро цільової аудиторії охоплює віковий діапазон 20-35 років. Проте загалом аудиторія медіа – це активні та свідомі люди, які вірять у можливість позитивних змін в Україні та власноруч сприяють їх реалізації. Медіа працює для вітчизняної аудиторії та міжнародних читачів, адже має версії сайту українською, російською та англійською мовами. Це робить важливий внесок у сприяння культурному та мовному різноманіттю, по-перше, дозволяючи досягти більшого кола читачів та аудиторії, оскільки матеріали доступні на різних мовах. Це створює можливість залучити читачів із різних країн та мовних спільнот, розширюючи вплив видання. По-друге, медіа, яке надає матеріали на кількох мовах, розвиває свою глобальну репутацію та впізнаваність. Це може підвищити авторитет видання не лише в Україні, а й за її межами, створюючи враження глобальної присутності. По-третє, наявність англійських матеріалів сприяє співпраці та партнерству з міжнародними медіа, інститутами та організаціями, розширюючи можливості для обміну інформацією та спільної діяльності.

Місія медіа така, що «Рубрика» прагне бути тим, хто привносить позитивні зміни в суспільство, розповсюджує ефективні рішення та виступає посередниками між читачами та громадськими ініціативами, про які вони розповідають. Медіа бажає сприяти перетворенню їхніх читачів на активних учасників громадянського суспільства та допомагати громадським ініціативам стати більш впливовими. Шляхом створення матеріалів у форматі журналістики рішень та розвитку спільноти змінотворців команда сподівається, що їхні читачі стануть агентами позитивних змін, а проєкти та ініціативи, про які розповідається в матеріалах, розвиватимуться.

Медіа керується наступними етичними принципами у своїй діяльності:

1. Не допускати поширення сепаратизму та антиукраїнських поглядів у будь-якій формі.
2. Здійснювати політику, що виключає будь-яку форму дискримінації.
3. Забезпечувати гендерну рівність та репрезентативний баланс.

4. Сприяти захисту та репрезентації прав людини, зокрема прав меншин та осіб з інвалідністю.

5. Активно підтримувати екологічний розвиток та захист навколишнього середовища, реалізуючи екологічні політики та сприяючи розвитку екологічної свідомості.

6. Дотримуватися стандартів об'єктивної журналістики, перевірки правдивості інформації, захисту джерел, поваги до авторських прав та правил конфліктно-чутливого журналізму.

7. Реалізовувати принципи журналістики рішень та додержуватися журналістських стандартів, таких як баланс поглядів, об'єктивність, повнота, точність, достовірність та оперативність.

8. Прагнути до дотримання принципів чутливої журналістики, зокрема при взаємодії з особами, які пережили війну, страждають від насильства та інших подібних ситуацій [7].

Під час війни журналісти зіткнулися з новими викликами, від вирішення яких залежить не лише якість подання інформації, а й життя. Це означає, що редакції повинні мати чітко окреслені стандарти і принципи, що визначають, як вони будуть взаємодіяти з інформацією в умовах військового конфлікту, що і бачимо на прикладі медіа «Рубрика». Такі стандарти допомагають вирішувати етичні питання та конфлікти інтересів, які можуть виникнути в екстремальних умовах.

Для «Рубрики» важливим джерелом доходу є фандрайзинг, що забезпечує створення основного контенту та спеціальних проєктів. Це охоплює не лише комерційні співпраці, але й можливість реалізації ряду матеріалів завдяки підтримці громадських організацій та фондів, таких як проєкт «Голоси громад» з підтримкою U-LEAD, «Енциклопедія Екорішень» під егідою International Center for Journalists, або «Небайдужа: мобільні бригади» з підтримкою Фонду ООН (UNFPA). Крім того, команда постійно шукає можливості отримання грантів від іноземних донорів таких як USAID, UNDP, Internews Ukraine, Transitions, та Посольство Швеції в Україні. Вони надають кошти з метою підтримки розвитку

незалежних і об'єктивних медіа в Україні, що сприяє розширенню свободи преси та доступу до різноманітних інформаційних джерел у країні.

Другим джерелом фінансування є реклама. До 2022 року рекламодавці співпрацювали з медіа на невеликі суми. Продаж більш дорогих проєктів був ускладнений, особливо після настання пандемії коронавірусу. Важливим є той факт, що видання стежить за етичними принципами та не співпрацює з певними сферами, такими як тютюновий, алкогольний, гральний бізнес або політиками, а всі рекламні матеріали маркуються як такі. Проте реклама була основним джерелом доходу «Рубрики» лише до повномасштабного вторгнення.

Тому, після 24 лютого 2023 року значну частину фінансування становлять донати – третє джерело. Значна частина надійшла від англомовної аудиторії, що дозволило медіа накопичити власну фінансову подушку на організаційні потреби редакції.

Для того, аби більше заохочувати аудиторію робити благодійний внесок та активніше комунікувати з чинними і потенційними донаторами, у вересні 2023 року медіа зробило перезапуск *Спільноти рішень*. Вона працює таким чином, що в залежності від суми донату, яку учасник готовий внести, він отримує власний «рівень участі» і в залежності від нього – різноманітні заохочення в подальшому. До прикладу, щомісячну таємну розсилку з інсайтами, участь в онлайн брейнштормах з редакцією, доступ до закритого телеграм-каналу, запрошення на спецподії, а також можливість запропонувати тему для нових матеріалів та навіть опублікувати власну колонку або новину на сайті «Рубрики». Це свідчить про те, що медіа доклало зусиль та створило креативний та цікавий підхід для заохочення своєї аудиторії до благодійних внесків та активної підтримки й співробітництва.

«Рубрика» активно веде соціальні мережі. Починаючи зі сторінки на Facebook, медіа розширило свою присутність на Instagram, Twitter та, останнім часом, в Telegram. Сайт «Рубрики» є головним майданчиком для великих текстів, і його щомісячно відвідує понад 2,5 мільйони читачів. Сторінка видання на Facebook має майже 60 000 підписників і охоплює понад 1 мільйон читачів

щомісяця. Також існують англomовні сторінки на Facebook і Twitter, які привертають аудиторію та направляють її на сайт.

Однак Telegram є викликом для команди, оскільки важко умістити всі рішення в одне повідомлення, щоб зацікавити аудиторію. Незважаючи на це, ця соцмережа є перспективним напрямком для росту та дистрибуції матеріалів. Деякі вузько направлені Telegram-канали такі як «ЕкоРубрика» та «Небайдужа», що на сайті виступають окремими рубриками, мають дуже активну аудиторію. Команда також звертає увагу на адаптацію матеріалів для різних платформ, включаючи створення історій та дописів для соцмереж, конвертацію довгих текстів у короткі формати, а також створення кешпн-відео та інфографіки. Крім цього, журналісти медіа мають на меті розширити свою присутність на платформі ТікТок в майбутньому, зокрема англomовний контент, але це залишається поки що питанням ресурсів.

Медіа має 9 чітко визначених рубрик:

«Що відбувається» – спрямована на розгляд найактуальніших подій у світі політики, економіки та інших глобальних сферах, які мають вплив на життя людей. В рамках цієї рубрики журналісти аналізують важливі глобальні проблеми, зокрема, політичні кризи, економічні тенденції, соціокультурні зміни тощо для того, щоб допомогти читачам розібратися в поточних подіях та їх можливих наслідках.

«Кейси» – присвячена висвітленню історій та практик, які є показовими та слугують прикладом для суспільства. У рубриці представлені реальні успішні кейси підприємців, історії воїнів України, проєкти з різних сфер життя, чия місія – змінювати світ на краще та залучати до допомоги більше людей. І хоча представлені ініціативи є різноплановими, їх об'єднує одне – вони всі спрямовані на те, аби відповідати на виклики, з якими стикається суспільство, живучи в реаліях воєнного часу.

«Корисності» – це лайфхаки, підбірки, поради тощо, присвячені різноманітним аспектам підвищення якості життя, розвитку особистості та знаходженню натхнення у повсякденності. Рубрика ставить перед собою

завдання допомогти читачам відшукати способи поліпшення їхнього добробуту та розвитку. Це може включати в себе поради щодо планування часу, ефективного використання ресурсів, збереження здоров'я, або освітні рекомендації. Вона також представляє статті та матеріали, які піднімають настрій та допомагають швидко і правильно адаптуватися під сучасні реалії.

«ЕкоРубрика» надає читачам докладну та доступну інформацію щодо стану навколишнього середовища, екологічних проблем, питань збереження природи та впливу війни на екологію України. Водночас рубрика пропонує громадянам можливості протидії в певних ситуаціях, впроваджує шляхи розвитку екологічної свідомості, шукає способи подолання екологічних проблем нашої держави через світовий досвід. І хоча журналісти здебільшого досліджують глобальні теми екології, особливо, під час війни, наприклад про екологічні інвестиції або відновлення Каховської ГЕС, вони також не втрачають можливість розкрити більш вузькі та локальні теми, які стосуються притулків для тварин, створення власних екоферм та навіть досліджують питання, що стосується кладовищ домашніх улюбленців.

«Небайдужа» – тут читачі можуть знайти різноманітні матеріали та ресурси, які стосуються сфери соціальної активності жінок. Це включає в себе поради щодо лідерства, ефективного волонтерства, розвитку соціальних ініціатив та інші аспекти активної участі в громадському житті. Рубрика також пропонує висвітлення історій жінок, які можуть стати прикладом для суспільства та надихнути на зміни, особливо під час активної фази війни в Україні. В опублікованих матеріалах журналісти роблять акцент на розвитку потенціалу жінок у різних сферах – від бізнесу та громадської діяльності до особистого зростання та самовдосконалення. Ця рубрика підтримує і сприяє формуванню сильних, незалежних та натхненних людей, готових змінювати світ навколо себе.

«Урбан» – створена для тих, хто цікавиться питаннями, пов'язаними з міським життям, архітектурою, інфраструктурою та іншими аспектами урбанізації, зокрема під час активної фази війни. Рубрика представляє кейси успішних міських проєктів, які призвели до покращення життя в містах,

підтримує ініціативи та ідеї, які спрямовані на створення комфортного та стало розвитку міського середовища. Читачі можуть знайти поради щодо участі в міському житті, використання інфраструктури та інше. Опубліковані матеріали висвітлюють різноманітні теми, зокрема збереження архітектурних пам'яток та історичної спадщини, укріплення українських міст під час війни та відновлення зруйнованої інфраструктури, пропонують рішення для міст, запозичені зі світового досвіду тощо. Розглянута рубрика робить акцент на важливості активної громадянської позиції та сприяє обміну ідеями та практиками між містами в Україні та світі.

«eРубрика» – тут висвітлюються матеріали про останні технологічні досягнення і тренди в галузі діджиталізації. Завдання рубрики – розкривати перед читачами найсвіжіші новини й розробки в цій галузі, а також аналізувати їхній впливи на сучасне життя. Зокрема, журналісти роблять огляди новітніх гаджетів, програм і додатків, описують інноваційні проекти й стартапи, надають корисні поради щодо використання технологій, збереження онлайн-безпеки та оптимізації робочих процесів за допомогою сучасних інструментів. Окрім того, лівова частка матеріалів рубрики стосуються саме українського середовища та надає актуальну інформацію саме для українців, які стикаються з викликами в сфері діджиталізації воєнного часу.

«Інвестиційні рішення» – рубрика, яка з'явилась відносно нещодавно. Вона присвячена аналізу та розгляду можливостей для інвестицій в економіку та громадянське суспільство України в умовах війни. У ній журналісти розглядають різноманітні аспекти інвестицій та фінансового управління, зосереджуючи увагу на конкретних проектах та можливостях, які мають потенціал сприяти економічному зростанню та підвищенню якості життя громадян. Важливим акцентом є саме зосередженість на впливі війни на інвестиційне середовище України та пошук стратегій, які дозволяють залучати вкладення під час нестабільної ситуації в країні. Тим самим журналісти допомагають читачам приймати обдумані рішення щодо власних інвестицій та сприяють розвитку стійких економічних ініціатив в Україні.

«Здоров'я» також існує на сайті медіа відносно нещодавно. Рубрика покликана надавати корисну інформацію та рекомендації щодо підтримання та покращення здоров'я. Журналісти розглядають широкий спектр питань, пов'язаних із цим, включаючи фізичне та психічне здоров'я, як на особистому, так і на громадському рівні. Враховуючи особливості сучасного світу, де існують виклики як цивільного, так і військового характеру, матеріали надають рекомендації та рішення для різних ситуацій. Окрім того, медіа дотримується доказової медицини і завжди спирається на думки фахівців, медиків та лікарів. У рубриці можна знайти інформацію про здоровий спосіб життя, правильне харчування, фізичну активність, як уникати стресу та зміцнювати психічне здоров'я. Медіа також розглядає актуальні питання, які можуть виникнути під час кризових ситуацій, таких як війна.

Отже, досліджуване нами медіа пропонує широкий спектр рубрик, кожна з яких орієнтована на відповідну аудиторію та покриває різні сфери інтересів, починаючи від актуальних подій і соціальних питань, закінчуючи екологією, технологіями та фінансовими аспектами. Така різноманітність дозволяє задовольнити потреби різних читачів та надавати конструктивні рішення та інформацію у багатьох сферах життя, роблячи медіа-платформу важливим джерелом інформації та інсайтів для широкої аудиторії.

Ще один розділ на сайті медіа «Рубрика» носить назву «Новини» та представляє наступні сфери: політика, економіка, суспільство, світ, події, освіта і наука, екологія, технології, культура, здоров'я, спорт та Київ. Він відіграє ключову роль в оперативному та актуальному інформуванні та відображає більш класичний напрям журналістської діяльності. На відміну від уже досліджених нами раніше рубрик, де основний акцент робиться на пропонуванні рішень та конструктивних підходів до певних питань, розділ «Новини» відзначається оперативністю і надає користувачам можливість стежити за поточними подіями та бути проінформованими щодо актуальних новин у світі, країні та столиці зокрема. Такий розділ є важливим для тих, хто шукає швидку та достовірну інформацію щодо поточних подій.

Розділ «Колонки» на сайті медіа «Рубрика» – це особливий формат, де автори мають можливість висловлювати власні думки, аналізувати актуальні питання та ділитися власними поглядами на різноманітні теми. Цей розділ створений для тих, хто бажає бути почутим у суспільстві та поділитися своїми дослідженнями, досвідом або просто особистими роздумами. Публіцистичні матеріали охоплюють широкий спектр питань: від внутрішньої політики і економіки до культури, освіти, технологій і міжнародних відносин. Кожен автор пропонує глибокий аналіз або перспективний погляд на актуальні питання. Наприклад, статті можуть стосуватися питань внутрішніх переміщених осіб, розвитку ІТ в Україні, молодіжних ініціатив, євроінтеграції, правових питань для українців у Польщі, культурних подій та багато іншого. Представлений розділ надає можливість читачам зрозуміти різні аспекти сучасного життя України та світу через призму думок і експертних оцінок від різних авторів.

«Рубрика» також має низку спецпроектів, більшість з яких була підготовлена за підтримки різноманітних фондів та організацій та створювалася безпосередньо в період повномасштабного вторгнення на територію України. За тематикою їх можна умовно розділити на 4 групи.

Перша група присвячена темі жінок під час війни і представляє спецпроекти, стосовно яких подамо аналіз нижче.

1. «Голоси українок за кордоном» – розповідає історії українських жінок, які переїхали за кордон через війну. Він акцентує увагу на різних аспектах їхнього життя та діяльності, таких як культурний обмін, адаптація до життя в умовах війни, допомога у пошуку роботи, перехід на українську мову тощо. Цей проект сприяє розвитку дискурсу взаєморозуміння та культурного обміну, підвищує свідомість щодо образу сучасної та незалежної української жінки у світовому контексті.

2. «Жіноче здоров'я під час війни» – розглядає важливі теми, пов'язані з жіночим здоров'ям під час війни, зокрема через реальні історії. Проект також вивчає психологічні аспекти та стрес, надаючи поради щодо того, як жінки можуть зберегти своє фізичне та психічне здоров'я навіть у цих складних умовах.

3. «Попри все. #Небайдужа може» – роєкт представляє набір мультимедіа-розповідей про жінок, які навіть в ускладнених умовах або під впливом стереотипів та упереджень, зуміли перетворити своє життя. Кожна героїня цього проєкту є прикладом жінки, яка подолала виклики, а всі історії відображають шлях до сили, надихаючи читачів.

Друга група спецпроєктів стосується історій захисників і захисниць, волонтерів і волонтерок України під час активної фази війни.

1. «Обличчя сили» – присвячений життю і досвіду українських військових, які отримали та пережили травми на військовій службі. Кожен матеріал представляє історію конкретної особи, її подвиги та зусилля у подоланні фізичних і психологічних викликів, з якими вони стикаються. Проєкт направлений на відображення силу духу та жаги до життя захисників і захисниць держави, які не здаються перед труднощами та знаходять сенс у подальших діях.

2. «Обличчя Оборони України» – розповідає особисті історії, враження, та досвід військових та волонтерів, які захищають Україну в умовах війни, розкриваючи важливі аспекти волонтерської та громадської підтримки під час повномасштабного вторгнення.

Третя група – спецпроєкти, які глибинно розкривають тему тютюнової індустрії.

1. «РІШУЧІ зупинити тютюнове насилля» – невеликий за обсягами спецпроєкт, який розглядає проблему тютюнового вживання в Україні. Тут журналісти досліджуються такі аспекти, як маркетинг і вплив тютюнової індустрії на суспільство, ефективність антитютюнових заходів в Україні тощо. Мета проєкту - надати об'єктивну інформацію та підкреслити важливість прийняття рішучих заходів для зменшення тютюнового вживання в Україні.

2. «Тютюн в Україні: хто вирішує долю здоров'я українців і ринку» – в рамках дослідження проведено спілкування з ключовими творцями рішень у цій сфері, включаючи представників на законодавчому рівні, а також тих, що впливають на аспекти реклами та програм охорони громадського здоров'я. Мета

проєкту – ретельний аналіз ситуації в галузі тютюнової індустрії для з'ясування реального стану речей та розробки шляхів поліпшення ситуації.

Четверта група – інші спецпроєкти, які охоплюють широкий діапазон тем, від економіки до книжок.

1. «Голос громад» – створений у класичному форматі журналістики рішень, він висвітлює історій розвитку різних українських громад та їхніх успішних ініціатив для поліпшення життя місцевих жителів. Проєкт розповідає про позитивні рішення та практичні приклади з різних галузей, які спрямовані на поліпшення громадського життя, соціальний розвиток, інфраструктуру, та інше. Покликаний підкреслити важливість громадської активності, він надихає інших на прийняття подібних ініціатив.

2. «Книжкова полицка» – пропонує різноманітні підбірки книг на різні теми для широкого кола читачів. Цей проєкт надає рекомендації щодо читання, виходячи зі смаків і інтересів: від економіки та історії до романтики та здоров'я, допомагаючи відкривати нові літературні горизонти.

3. «Енциклопедія екорішень» – створений за підтримки International Center for Journalists, він присвячений екологічним питанням та пропонує читачам інструкції та рекомендації щодо різних аспектів збереження природи. Проєкт розглядає практичні рішення для різних екологічних проблем, таких як безпечна утилізація відходів, заощадження енергії, використання екологічної косметики тощо. Основна мета – популяризація сталого способу життя та надання практичних порад для всіх, хто бажає бути екофрендлі.

4. «Розподіл газу: рішення для Київщини» – розглядає питання газорозподілу в Київській області, включаючи обслуговування споживачів, зміни в системі газопостачання, підготовку до опалювального сезону тощо. Мета проєкту – надати корисну інформацію, практичні рішення та відповіді на питання споживачів щодо газового ринку центральної області України.

5. «Економіка воєнного часу» – спецпроєкт розглядає аспекти економіки у контексті воєнного та мирного періодів. Він досліджує вплив війни на економіку

та життя громадян, а також способи, які допомагають справлятися з економічними викликами.

6. «#Викривачі» – тут досліджуються різні аспекти воєнних дій та окупації на території України, розглядаються питання дезінформації, пропаганди та колабораціонізму, зміни у трудових правах під час війни, сексуального насильства як воєнного злочину тощо.

7. «Творці змін» – спецпроект розглядає та підтримує ініціативи та проекти, спрямовані на створення позитивних змін у суспільстві та допомогу різним групам людей, розповідаючи імена тих, хто творить зміни в сучасному українському суспільстві та розкриваючи такі питання як правова допомога для українців, освітні та культурні ініціативи, відбудова шкіл, допомога вимушеним переселенцям тощо.

Отже, різнопланові спецпроекти в медіа «Рубрика» об'єднані загальною метою – надати глибокий інсайт, розкрити складні теми і питання, представити читачам об'єктивну інформацію, яка сприяє освіті, свідомому вибору та позитивним змінам. Досліджені нами проекти інформують щодо різних тем, від соціальних питань і війни до здоров'я та культури.

2.3 Контент-аналіз онлайн медіа «Рубрика»

У цьому підрозділі представлено результати дослідження онлайн-медіа «Рубрика» на предмет відповідності його контенту до редакційної політики, яка містить чітко прописану схему, якої мають дотримуватися журналісти видання в своїй роботі. Медіа використовує так звані «стовпи», які підтримують формат журналістики рішень, або елементи цього напрямку журналістики.

Такий підхід до висвітлення соціально-політичних тем, в якому основний акцент робиться на розв'язанні проблем, а не на їх викладенні, дозволяє подати інформацію про проблему разом із конкретними методами та стратегіями її подолання таким чином, щоб інші могли відтворити подібні рішення та впроваджувати їх у суспільстві. Тому, нижче продемонструємо таблицю «стовпів», які медіа практикує в своїй діяльності (табл. 2.1).

Таблиця. 2.1. – Схема побудови матеріалів «Рубрики», зазначена в редакційній політиці медіа

Проблема	У чому полягає проблема, за рішення якої взявся герой або в рішенні якої він бере участь.
Кейс — відповідь на проблему	Яке вирішення знайшла ця людина/організація/громада/тощо, або в якому рішенні бере участь. Обов'язково має бути не в теорії, а вже в дії — не просто ідея, а конкретні кроки, які вже мають результати чи вплив.
Обмеження, перепони, підводні камені	Що заважало? З якими проблемами стикнувся герой на шляху до втілення плану? Що і де пішло не так? Що вийшло не так, як сподівався/було заплановано? Що не виявилось можливим і чому?
"Докази": результат, як спрацювало, чому це працює	Яким є результат? Чи досягнуто мети/покращення і як саме вони виглядають?
+ паралелі, схожі / інші рішення	<i>Опціонально, коротко:</i> як ще підходять до цієї проблеми інші; можливо, цей кейс започаткував тренд і т.д.
+ заклик до дії	<i>Опціонально.</i>

Також варто зазначити, що при виборі кейсів і зборі інформації «Рубрика» використовує відкриті джерела, професійні мережі, звернення громадян та організацій громадянського суспільства та суспільні запити. Збір та обробка інформації відбуваються відповідно до законодавства України та в рамках професійної журналістської етики, а при висвітленні конфліктних ситуацій медіа завжди звертається до різних сторін конфлікту для отримання коментарів.

Їхній фірмовий формат, який відповідає вище згадуваним «стовпам» журналістики рішень, виглядає наступним чином:

У чому проблема? Важливо чітко визначити проблему, на яку в подальшому буде знайдено рішення.

Яке рішення? Опис кейсу, який є відповіддю на проблему. Таке рішення має бути не просто в теорії, а вже в дії і наочно демонструвати, як саме особа, організація або громада вирішили цю проблему.

Як це працює? Визначення труднощів, з якими стикаються учасники при втіленні рішення, а також аналіз можливих обмежень для інших, хто хоче використати його.

А це точно працює? В цьому розділі демонструється ефективність запропонованого рішення, розповідається про досягнуті результати і конкретні поліпшення, які були зроблені.

Ще більше корисних рішень! Показ того, як інші вже вирішили подібні проблеми, наприклад, через міжнародний досвід, та інформування про кроки, які може вжити кожна особа, щоб підтримати справу.

Розглянутий вище формат – обов'язковий критерій для всіх матеріалів «Рубрики», окрім винятків, які стосуються спецпроектів, колонок та інтерв'ю.

Отже, у досліджуваному медіа історії-рішення є унікальним та специфічним форматом, проте команда продовжує створювати й інші матеріали, які стосуються поточних подій, актуальних новин та проблем. Навіть у таких випадках, журналісти наголошують на можливих рішеннях і пропонують відповіді на питання «Як це можна вирішити?».

Основою для проведення *якісно-кількісного контент-аналізу* стала вибірка матеріалів онлайн-медіа «Рубрика» за півроку з січня по червень 2023 року включно. Матеріали стосуються воєнної тематики і були вибрані з усіх 9 рубрик (кожен перший матеріал місяця, який відповідає темі). Загалом вибірка складає 54 матеріали.

На основі якісного аналізу зазначеної вибірки була створена таблиця тем, яка дозволила систематизувати всі дані, допомогла організувати зібрану інформацію у структурований і зрозумілий спосіб (див. Додаток А). В ній відображені ключові показники, такі як дати, заголовки матеріалів, теми, рішення, які пропонує медіа та як саме воно це подає та оформлює. Це дозволило нам відстежити певні патерни у медійних матеріалах «Рубрики».

Дані, представлені у вигляді таблиці, в подальшому були використані для виокремлення категорій і підкатегорій кількісного контент-аналізу, результати якого візуалізовано у діаграмах для кращого розуміння і презентації результатів

дослідження. Це дало змогу вказати на типові тенденції, що представлені в досліджуваних матеріалах і допомагають виокремити ключові теми/проблеми, на яких найбільше акцентовано увагу. Таблицю з категоріями аналізу представлено нижче.

Таблиця 2.2 – Категорії контент-аналізу медіа «Рубрика»

Категорія	Підкатегорія	Кількість матеріалів	% від загальної кільк-ті матеріалів
Геополітичний контекст	Внутрішні справи України	48	89
	Залучення міжнародної підтримки	6	11
Герой/об'єкт матеріалу	Діти	4	7.4
	Військові	6	11.1
	ВПО	2	3.7
	Жінки	5	9.2
	Родини	2	3.7
	Підприємці	6	11.1
	Волонтери	9	16.6
	Політики/посадовці	3	5.5
	Лікарі	4	7.4
	Експерти/керівники проєктів	13	24
Сфера, де є проблема	Медицина/здоров'я (фізичне)	7	15
	Медицина/здоров'я (психічне)	8	13
	Освіта	1	2
	Екологія	5	9
	ЖКГ/інфраструктура/енергетика	6	11
	Економіка/підприємництво	6	11
	Дипломатична сфера	2	4
	Культура/мистецтво	1	2
	Технології/цифрова безпека	5	9
	Воєнна сфера	7	13

Продовження табл. 2.2

	Суспільство/соціум	6	11
Що вирішує проблему	Волонтерство/благодійність	10	18.5
	Підприємництво/інвестиції	5	9.2
	Громадський сектор	3	5.5
	Державні ініціативи	10	18.5
	Співпраця держави і громадського сектору	6	11.1
	Приватні ініціативи	5	9.2
	Фахова допомога спеціаліста	6	11.1
	Дотримання інструкцій/ рекомендацій	9	16.5
Оформлення вирішення проблеми	Цитати	22	40.74
	Ілюстративні матеріали (скріни/інфографіка/карти і т.д.)	5	9.26
	Списки порад/рекомендацій, інструкції	12	22.12
	Лінки на зовнішні ресурси	11	20.37
	Аналітичні довідки	4	7.41

Перша категорія контент-аналізу «Геополітичний контекст матеріалів» представлена в наступній діаграмі (див. рис. 2.3.1).



Рис.2.3.1 Розподіл публікацій за геополітичним контекстом.

Медіа, яке працює в напрямі журналістики рішень, направляє свою діяльність на інформування громадян та пошук працюючих рішень. Тому, визначення геополітичного контексту матеріалів стало важливим критерієм під час дослідження, що допомагає зрозуміти, які глобальні чи регіональні події можуть вплинути на громадян, їх потреби та можливості. Це також сприяє розумінню взаємодії між різними країнами та регіонами, включаючи співробітництво, конфлікти, торгівлю тощо і є важливим для визначення впливу міжнародних відносин на розвиток подій та рішень, що висвітлюються медіа.

Діаграма показує, що 89% матеріалів розкривають теми та проблеми внутрішніх справ України, і лише 11% розповідають про залучення міжнародної підтримки. Медіа має широкий спектр рубрик та висвітлюваних тем, але за результатами дослідження можна зробити висновок, що «Рубрика» обмежено звертає увагу на міжнародний аспект, здебільшого не шукає в ньому проблемні теми для створення контенту. Однак, існування таких матеріалів важливо для того, щоб українська аудиторія була обізнаною зі світовим контекстом та підтримкою, що надходить, з міжнародної співпрацею та тим, які виклики сьогодення це вирішує. Натомість медіа активно досліджує та висвітлює внутрішні питання країни, що є важливим для її громадян насамперед через актуальність та мобілізаційний ефект журналістики рішень.

Наведемо декілька прикладів матеріалів, які висвітлюють діяльність інших країн у знаходженні рішень для українського суспільства. Перший – «Повернути забране війною: як фонд BGV спільно з Естонією допомагає українцям з протезуванням» з рубрики «Здоров'я», який розповідає про запуск проєкту, що є спільною ініціативою благодійного фонду BGV та уряду Естонії і забезпечує пацієнтів електронними протезами та повністю гарантує процес реабілітації. Інший матеріал – «Чому для України добре, що досі не запрацював американський ленд-ліз» з рубрики «Що відбувається» розглядає питання ефективної підтримки України Сполученими Штатами та обговорює можливі шляхи співпраці, зокрема в контексті ленд-лізу, висловлюючи аргументи щодо того, чому відмова від ленд-лізу може бути корисною для України, і пропонуючи

альтернативні варіанти співпраці з США. І публікація, що носить назву «Менторство українок за кордоном: як зовнішньо переміщеним особам впоратися зі складнощами вимушеної еміграції» з рубрики «Небайдужа», що розглядає проблеми та шляхи вирішення труднощів, які виникають в українок, які вимушено емігрували внаслідок війни, та пропонує певні рекомендації для покращення умов їхнього проживання та працевлаштування за кордоном.

Наступним досліджуваною категорією є визначення того, хто є героями чи об'єктами матеріалів «Рубрики». Ця інформація допомагає визначити, на кого саме спрямована увага та підтримка медіа. Вона допомагає розкрити тематичні пріоритети, ініціативи та стратегії, а також розуміти їхню роль у формуванні громадської думки та впливі на суспільні зміни. Результати проведеного дослідження за цією категорією представлені нижче в діаграмі (див. рис. 2.3.2).

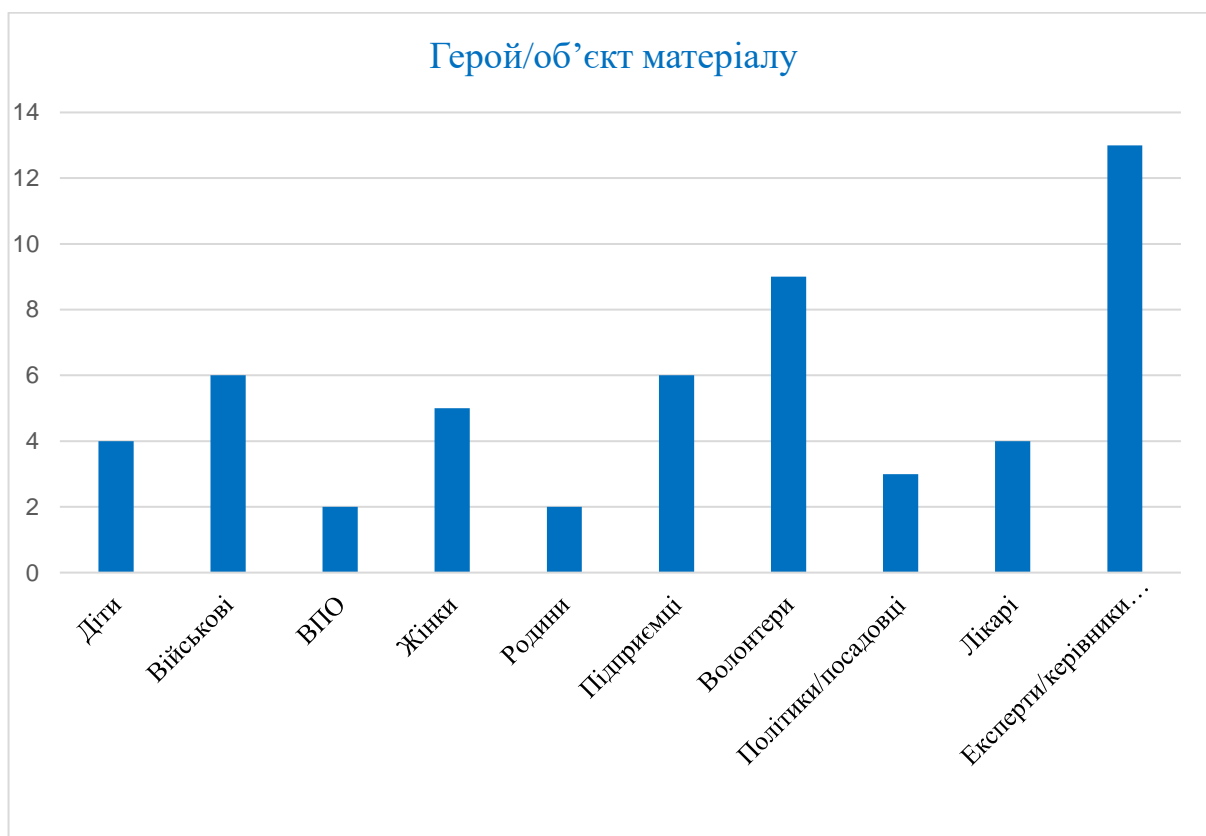


Рис. 2.3.2 Герой/об'єкт, що фігурує в публікаціях.

Варто зазначити, що ми проаналізували не тільки героїв публікацій, але в деяких випадках спрямували увагу й безпосередньо на об'єкт дослідження

матеріалу. Проте це було тільки в тих ситуаціях, коли журналістська публікація мала специфічний формат та структуру (наприклад спецпроекти, аналітична колонка, огляд) і не мала героїв взагалі. Тобто описане в матеріалі лише апелювало до конкретної групи людей, або сфери. Наведемо декілька прикладів.

Матеріал під назвою «Розмова про війну: 10 дитячих книжок, які допоможуть батькам». У ньому пропонується рішення використовувати спеціальні дитячі книжки задля ознайомлення з важливими темами та підготовки дітей до обговорення складних ситуацій. Тобто публікація присвячена «дитячій» темі, але самі діти не є героями матеріалу, так само як і не знайдено інших героїв, якими могли б стати, наприклад, вчителі, психологи, інші експерти.

Інший матеріал, що носить назву «Закупівлі в Міноборони, резерв бійців й гібридні тактики рф: події тижня, що визначають майбутнє», проводить аналіз політичних подій на українській та міжнародній арені і подає висновки та рекомендації, які можуть поліпшити стан країни в майбутньому. В даному випадку під час дослідження також не було виявлено героїв у публікації, але сфера, яка досліджується, та прізвища політичних діячів також дозволяють віднайти в матеріалі патерн, який вже зустрічався у вибірці.

Згідно з результатами, які відображені в діаграмі (див. рис. 2.3.4), робимо висновок, що «експерти, керівники проектів або організацій» становлять найбільшу частку серед героїв усіх публікацій – це близько 24% від загальної кількості. Це пояснюється їх ключовою роллю у формуванні та реалізації ініціатив, а також лідерським впливом та можливістю впроваджувати практичні ініціативи. Медіа акцентує увагу на їхніх історіях, оскільки експерти можуть здійснювати об'єктивний аналіз складних питань, надавати конкретні поради та рекомендації на основі свого досвіду та знань. Їхні думки допомагають глибше розібратися в проблемі, запропонувати реалістичні рішення та оцінити їхні можливі наслідки. Експертні висновки можуть надихнути громадян на дії, а також вплинути на прийняття рішень на різних рівнях. Для прикладу наведемо декілька матеріалів, де це прослідковується.

– «Росіяни знищують Джарилгач? Пояснення від директорки Нацпарку».

– «“Лікувати. Протезувати. Реабілітувати українців в Україні”. Як працює реабілітаційний центр “Незламні” у Львові».

– «Як українські фермери змогли подолати виклики, які поставила перед ними війна: попри блекаути та обстріли».

В усіх вище згаданих матеріалах можна простежити експертну думку або коментарі від людей, які запровадили успішні ініціативи, що працюють.

Волонтери становлять близько 16.6% (9 публікацій) від загальної кількості матеріалів. Вибірка містить численні матеріали, які направлені на показ волонтерської діяльності, що приносить суспільству нові ініціативи та рішення. Коли волонтер є героєм журналістської публікації, він також виступає в ролі експерта, про якого вже зазначалося вище. Але в нашому дослідженні ми надали їм окрему підкатегорію. Наведемо декілька прикладів матеріалів, де головними героями є волонтери:

– «Форум благодійних ініціатив, або як об’єднати титанів тилу: рішення для співпраці»

– «“Кішки”, “хеки” й “їжаки”: як скульптори з Закарпаття допомагають війську».

Інші результати діаграми в порядку зменшення виглядають наступним чином: військові та підприємці – 11.1%; жінки – 9.2%; діти, а також лікарі – 7.4%, політики/посадовці – 5.5%; ВПО та родини – 3.7%.

Наявність такого різноманітного переліку героїв матеріалів у «Рубриці» яка працює в напрямі журналістики рішень, свідчить про різносторонність тем, що досліджуються та висвітлюються в рамках цього журналістського підходу, а також про прагнення медіа докладати зусиль для розкриття проблем та пошуку рішень у різних галузях і сферах життя.

Конкретним дослідженням сфер, де є проблема ми провели далі, адже це дозволяє повно зрозуміти та врахувати контекст, в якому виникають ці проблеми. Аналіз допомагає правильно ідентифікувати кореневі причини проблем та відслідкувати алгоритм пошуку та побудови рішень в подальшому. Досліджуване медіа має велику кількість рубрик, які самі по собі вже частково окреслюють

сферу, якій присвячений той чи інший матеріал. Але ми розробили більш комплексний та детальний аналіз, який дозволив чітко побачити всі галузі, де «Рубрика» займається пошуком рішень.

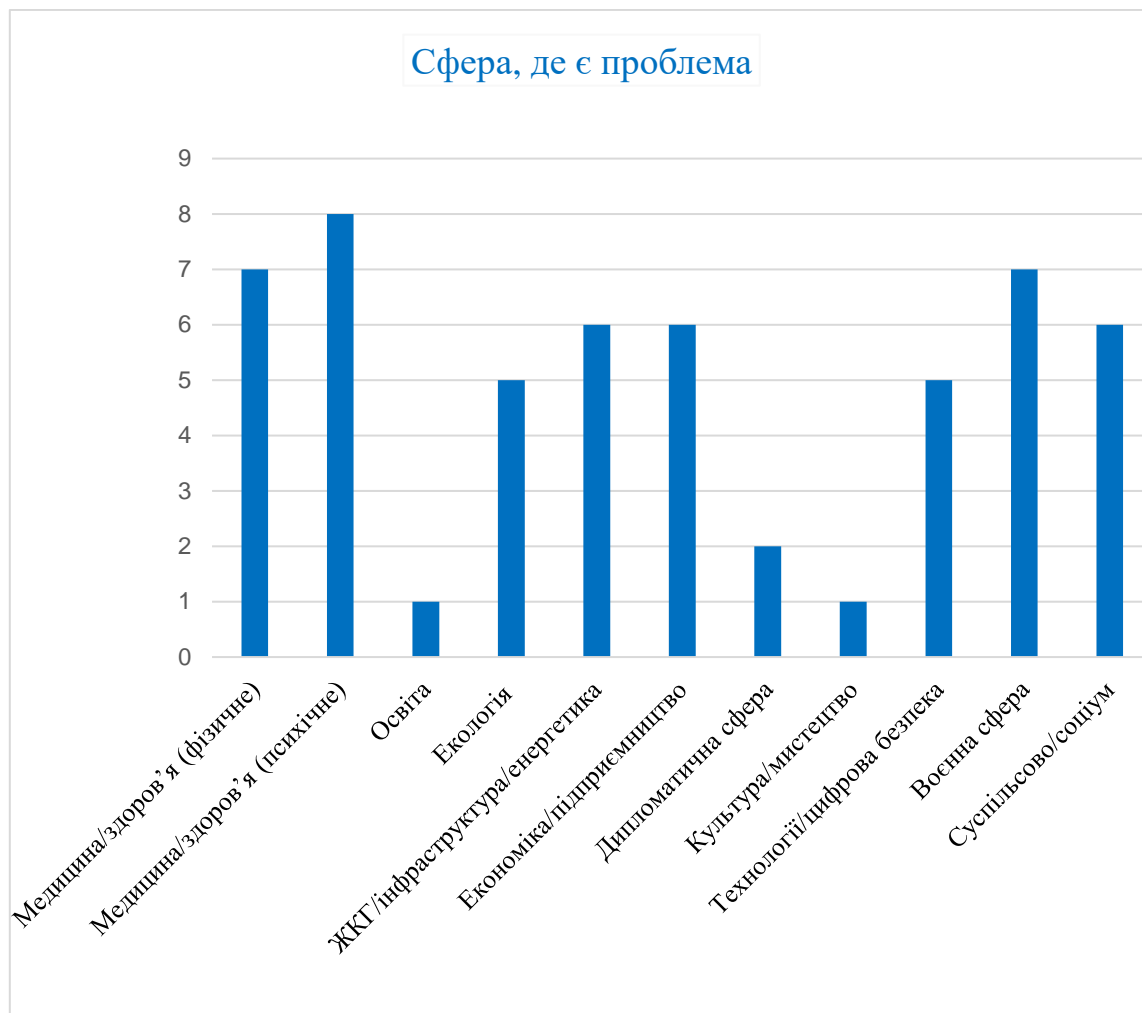


Рис. 2.3.3 Рейтинг сфер, в яких відбувається пошук рішень.

Відносно загальної кількості вибірки в діаграмі (див. рис. 2.3.3) бачимо наступний розподіл матеріалів по сферам, де є проблема.

- Медицина/здоров'я (психічне) – 15%.

Має найбільший відсоток. В цій сфері зустрічаються матеріали, що включають поради від лікарів, психологів і експертів щодо того, як краще впоратися з психологічними труднощами, які виникають через воєнний конфлікт. Матеріали надають інформацію про симптоми, лікування, підтримку ресурсів для тих, хто стикнувся з психологічними труднощами через війну. Такому опису

відповідає один із матеріалів сфери, що носить назву «“Найскладнішим було питання «коли це закінчиться?»” – дитяча психологиня про пережиту окупацію».

Дві наступні сфери мають однаковий відсоток.

- Медицина/здоров'я (фізичне) – 13%.

Матеріали розповідають про лікарську допомогу, хірургічні операції, фізичну реабілітацію, відновлення постраждалих, а також ініціативи, що відповідають на виклик сучасності. До прикладу, публікація під назвою «Лікувати. Протезувати. Реабілітувати українців в Україні». Як працює реабілітаційний центр “Незламні” у Львові».

- Воєнна сфера – 13%.

Сюди входять публікації які розкривають широкий спектр проблем війни, від харчування військових та воєнної форми до ініціатив, що забезпечують захисників ресурсами. Наприклад, матеріал під назвою «Жіноча військова форма за стандартами НАТО: коли це станеться в Україні?».

Також однакові показники мають ще й інші підкатегорії:

- ЖКГ/інфраструктура/енергетика – 11%.

Сфера висвітлює питання, що стосуються житлових господарств, проблем міст, реконструкцій та відбудов, а також енергозбереження в контексті війни. Один із матеріалів цієї проблемної сфери називається «Одна відбудова – три реєстри руйнувань. Хто збирає дані про пошкодження майно?»

- Економіка/підприємництво – 11%.

Пропонує розгляд впливу воєнних подій на підприємства, інноваційні стартапи та підприємницьку активність загалом, а також шукає рішення для фінансування та інвестицій тощо. Приклад реалізації матеріалу в досліджуваній сфері – «"Я знаю, куди я повернуся", або бізнес, що підтримує працівників на фронті».

- Суспільство/соціум – 11%.

Містить розгляд соціальних ініціатив, спрямованих на зміцнення спільності в умовах війни, окреслює ролі громадянського суспільства, активістів

і волонтерів у вирішенні соціальних проблем, пов'язаних з війною. Прикладом може стати матеріал із назвою «Форум благодійних ініціатив у Львові».

Наступна підкатегорія, що також мають однаковий відсоток матеріалів.

- Технології/цифрова безпека – 9%.

Сфера, що окреслює проблеми діджиталізації і надає корисні рішення, що стосуються воєнного сьогодення. Наведемо приклад, згадавши матеріал «Шахрайства на біді та сотні тисяч добровольців: як Україна тримає удар на кіберфронті».

- Екологія – 9%.

Сфера розглядає питання ресурсів та екологічних наслідків воєнних дій, а також запровадження новітніх ініціатив. До прикладу, публікація «Екорішення від військових: як українські захисники намагаються зберегти природу навіть на передовій».

Останні підкатегорії, які стосуються проблемних сфер, в яких працює Рубрика, має найменший відсоток матеріалів: дипломатична сфера – 4%, освіта, а також культура/мистецтва – 2%.

Пояснити це можна, імовірно, тим, що теми освіти разом з культурою та мистецтвом мають менший шанс розкрити свій потенціал саме в рамках теми «війна», яку ми визначили для себе як ключову під час формування вибірки публікацій. Адже якщо не обирати таку вузьку тематичну спрямованість, у медіа можна знайти численні матеріали, що розкривають вище згадані сфери.

Щодо дипломатичної сфери, відсоток публікацій в ній також один із найменших. Варто зазначити, що матеріали воєнної тематики з цієї підкатегорії можна рідко відслідкувати в рубриках, які ми досліджували. Здебільшого ці публікації опиняються в новинних колонках, розділі «Колонки», де переважає аналітика, або ж в спецпроектах, що надає їм специфічний формат та нетипову подачу як для «Рубрики».

Отже, важливість розробки вище поданої діаграми (див. рис. 2.3.4) та аналіз її результатів полягає у виявленні інтересів медіа у сферах, що містять в собі найбільшу кількість викликів та актуальних проблем сьогодення. Враховуючи всі

дані, можна прийти до висновку, що медіа «Рубрика» не концентрується лише не декількох найбільш актуальних сферах, вона шукає рішення у багатьох галузях та привертає увагу навіть до найбільш вузьких тем.

Наступним кроком нашого дослідження став аналіз вибірки «Рубрики» на предмет того, що вирішує проблему в тих сферах, які ми вже презентували вище. Результати дослідження репрезентовані в діаграмі нижче (див. рис. 2.3.4).

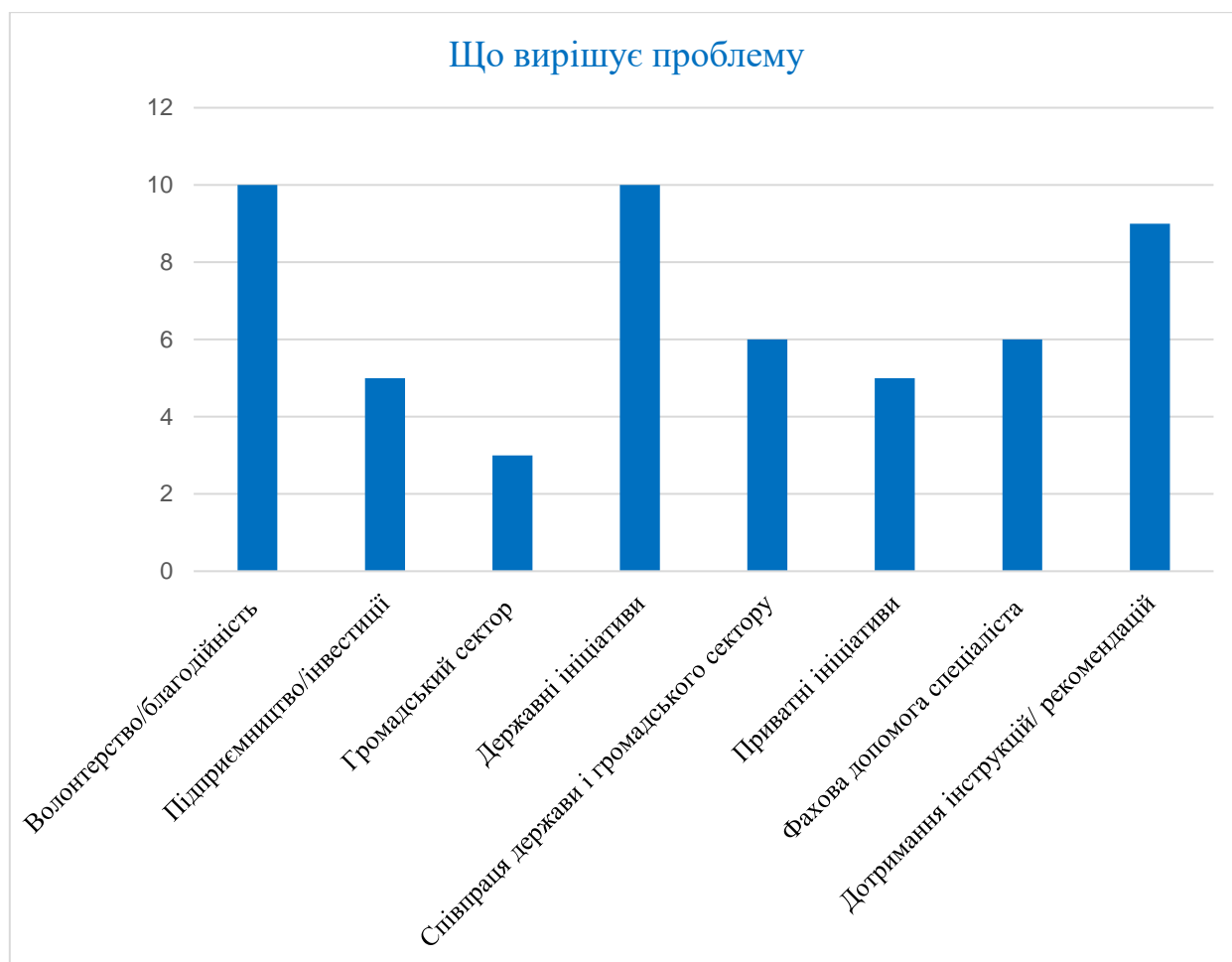


Рис. 2.3.4 Явища, які сприяють вирішенню проблеми.

Визначення, які саме дії або ініціативи вирішують проблему в матеріалах медіа, що спеціалізується на журналістиці рішень, допомагає розкрити, як конкретні ресурси та зусилля спрямовані на вирішення чітко визначених проблем і в якому контексті це відбувається. Це в результаті дає можливість розуміти, як суспільство або окремі групи ставляться до проблем та які методи вони використовують для їх вирішення.

Тому, згідно з результатами дослідження, найбільш численними підкатегоріями виявились:

- Волонтерство/благодійність – 18.5%.

Медіа активно висвітлює інформацію про волонтерські групи, їх діяльність та ініціативи під час війни. Це включає збір коштів, надання допомоги бійцям, евакуацію тощо. Матеріали в цій сфері пропонують різні шляхи вирішення проблем, включаючи збільшення фінансової підтримки для волонтерських груп, розширення гуманітарної допомоги, просування свідомості про потреби та виклики воєнного конфлікту, а також сприяння співпраці між різними благодійними та волонтерськими ініціативами. При цьому «Рубрика» детально вивчає волонтерську діяльність, розкриваючи найбільш важливі аспекти їхньої роботи та пояснюючи аудиторії, як це вирішує проблему, порушену в публікації, а також як читач може стати частиною цього, як може посприяти ситуації та долучитися до допомоги. До прикладу, матеріал «“Для чого загинув мій чоловік, якщо я зараз себе знищу?”». Як працює проєкт, що допомагає жінками, які втратили коханих» розгорнуто і детально розповідає про психологічну підтримку жінок, які втратили своїх чоловіків під час війни, завдяки спеціальному благодійному проєкту.

- Державні ініціативи – 18.5%.

В «Рубриці» висвітлюється інформація про законодавчі ініціативи та зміни в законодавстві, які спрямовані на поліпшення ситуації в умовах війни. Медіа може розповідає про проєкти та програми, які ініціюються державними органами, включаючи програми реабілітації військових, ініціативи щодо розвитку інфраструктури в зоні конфлікту, а також висвітлює інформацію про співпрацю з іншими країнами та міжнародними організаціями для вирішення проблем, пов'язаних із війною. Продемонструємо це на прикладі публікації, що має назву «Посівна-2023: міни, ціни, труднощі та рішення воєнного часу», де розглядається, як саме України може впоратися із викликами в цій сфері, якщо, зокрема, буде введена програма «5-7-9» для надання державної фінансової

підтримки аграрному сектору, а також міжнародна підтримка та грантові можливості. Все це супроводжується детальним аналізом та поясненням явищ.

- Дотримання інструкцій/рекомендацій – 16.6%.

Рубрика має численну кількість матеріалів, в яких не наводиться якась конкретна організація, установа або ініціатива, що може вирішити проблему. Натомість журналісти пропонують аудиторії певний набір рекомендацій, порад, покрокових інструкцій, або навіть добірки книг, застосунків тощо, які точно здатні посприяти позитивним змінам та проінформувати читача щодо розглянутої теми. Наприклад, в матеріалі «Волонтер в окупації: як зробити свій телефон безпечним» розроблено список рекомендацій, яких варто дотримуватися для того, аби бути в безпеці на непідконтрольній Україні території.

- Співпраця держави і громадського сектору – 11.1%

В даному випадку медіа висвітлює інформацію про партнерства та співпрацю між державними органами і приватними компаніями або громадськими організаціями з метою пошуку конкретних рішень, включаючи забезпечення допомоги жертвам війни, реабілітацію ветеранів, спільні гуманітарні проекти тощо. До прикладу, розглянемо публікацію «Вегани в армії: як "Кожна Тварина" допомагає нашим військовим», де одним із кроків для вирішення проблеми веганських сухпайків в українській армії є звернення громадської організації до Міністерства оборони з метою обговорення можливості розробки та введення веган-пайків в ЗСУ.

- Фахова допомога спеціаліста – 11.1%

В матеріалах «Рубрики» ця підкатегорія стосується здебільшого матеріалів, які висвітлюють проблему фізичного та психічного здоров'я під час війни. В них журналісти пропонують читачам конкретні кроки для поліпшенні самопочуття, які ґрунтуються на коментарях від лікарів та психологів. Провідним мотивом для надання рішень в цій проблемній сфері є заклик бути уважним до самого себе та не зволікати й негайно звертатися за допомогою до спеціалістів, якщо цього вимагає ситуація. Влучним прикладом втілення такого підходу є публікація «На війні зі стресом: до чого призводять хронічні переживання та як подбати про

себе?»), де пропонується не відкладати турботу про себе потім, своєчасно звертатися до фахівців у випадку симптомів психічних захворювань та проводити превентивне обстеження у сімейного лікаря.

– Підприємництво/інвестиції – 9.2%

Розглядаючи явище інвестицій під час війни, медіа також висвітлює внесок підприємців та інвесторів у підтримку економіки, включати інформацію відкриття нових підприємств, створення робочих місць тощо, підтримку військовослужбовців і фінансування в ресурси для ведення бойових дій. Тобто запропоновані рішення також сприяють інноваціям і залученню міжнародних ресурсів для підтримки України під час воєнної ситуації. Наприклад, у матеріалі «Фінансувати перемогу: як працює інвестування у військові облигації», де покроково аналізується процес інвестування та одним із запропонованих рішень є пошук шляхів для залучення коштів від громадян та бізнесу для підтримки і соціальних потреб держави в умовах воєнного стану.

– Приватні ініціативи – 9.2% та громадський сектор – 5.5%

Зазначені підкатегорії мають деяку схожість та відмінність одночасно, а також мають всі ті ж самі характеристики, що й згадані на самому початку «волонтерство/благодійність», адже обидві мають на меті внести позитивний зміни у суспільство або вирішити конкретні соціальні проблеми, спрямовуючи зусилля на підтримку військових, соціальні потреби, допомогу потерпілим внаслідок війни та інші гуманітарні завдання. Проте «громадський сектор» зазвичай охоплює громадські організації та неприбуткові організації, які взяли на себе соціальну місію та отримують фінансування від різних джерел, в той час як «приватні ініціативи» можуть включати в себе ініціативи підприємців, бізнес-структур, а також осіб, які надають фінансову або ресурсну допомогу для вирішення проблем. Публікації «Пані Прапор допомагає переселенцям: як колишня військова з Донбасу організувала гуртожиток для родин зі сходу» та «“Все, що ми можемо зараз протиставити горю – це любов”, або Як працює дитячий табір для психологічної реабілітації» вдало демонструють робочі ініціативи з обох сфер.

Тепер, коли ми визначили, як саме «Рубрика» переводить акцент із негативу на позитив, важливо дослідити ще один аспект роботи медіа – як журналісти оформлюють вирішення проблеми в текстах, адже це має велике значення для ефективності комунікації. Подача впливає на сприйняття та реакцію аудиторії, полегшує засвоєння інформації, підсилює переконливість рішень та робить інформацію більш доступною і зрозумілою для читачів. Це оформлення може включати підкреслення ключових слів, ілюстрації, цитати тощо. Проте матеріали Рубрики часто містять комбінацію згаданих способів, адже вони об’ємні та подають велику кількість інформації. Але ми провели дослідження кожного тексту вибірки для виявлення одного з найбільш вагомих та ефективних варіантів оформлення рішень в рамках конкретної публікації. Результати представлені нижче в діаграмі (див.рис.2.3.5).

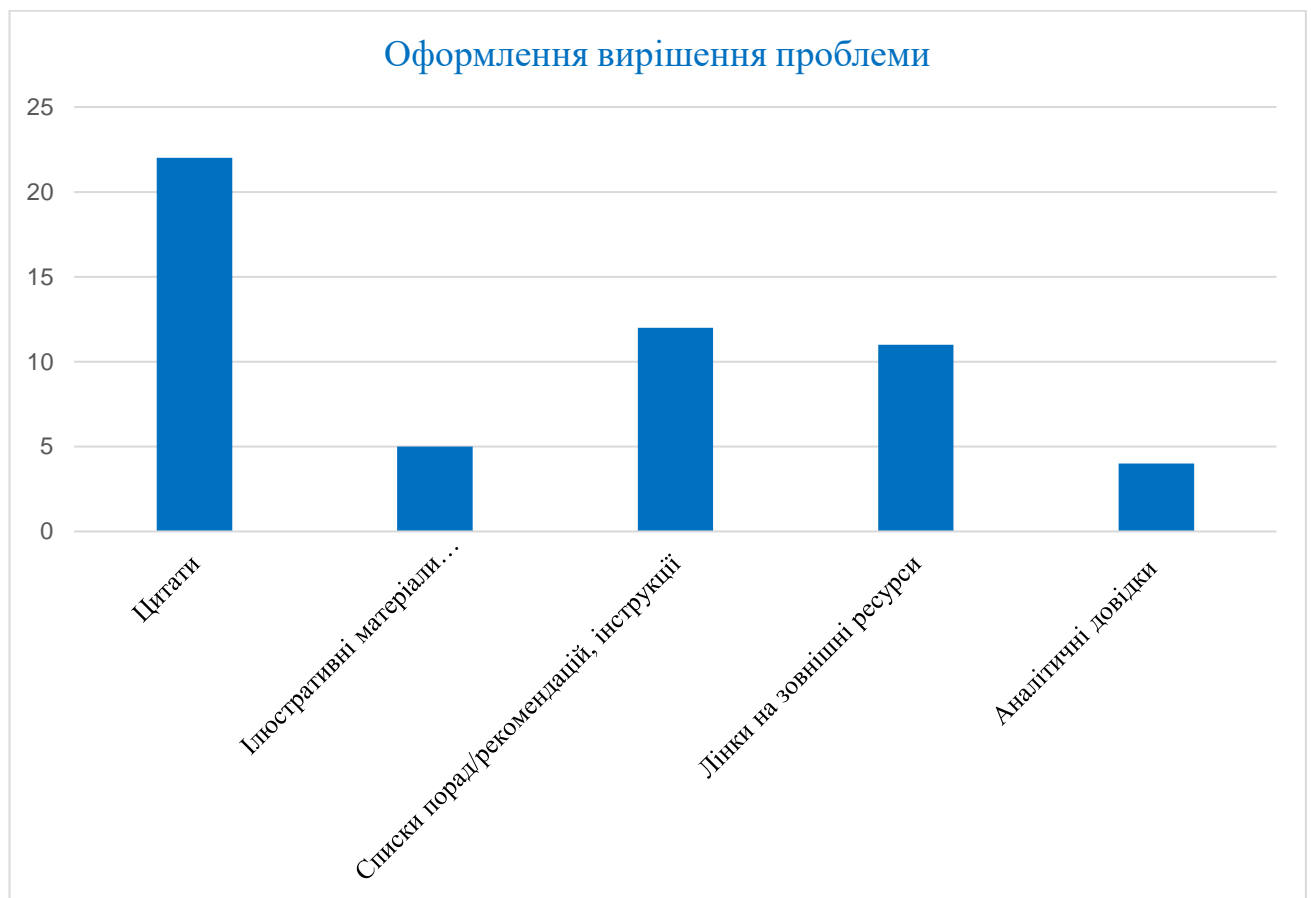


Рис. 2.3.5 Як медіа подає рішення в текстах.

Перед початком більш детального аналізу діаграми варто згадати про підкреслення ключових слів в усіх текстах «Рубрики», що є одним з головних способів виділити рішення та звернути увагу читачів або глядачів на важливі елементи матеріалу. Це робить текст більш зрозумілим і акцентує увагу на конкретних діях, пропозиціях, які спрямовані на вирішення певної проблеми, або ключових моментах, що в подальшому ще будуть аналізуватися. Такий прийом допомагає аудиторії легше сприймати і зрозуміти, що саме в матеріалах медіа позиціонується як можливе рішення для конкретної проблеми.

Ключові слова або фрази стають центральними точками у тексті, вказуючи на дії, рекомендації, чи ініціативи, які можуть бути важливими для читачів у контексті проблеми. Далі продемонструємо, як саме «Рубрика» втілює такий підхід у власних матеріалах (див. рис. 2.3.6).

У декількох медичних і навчальних закладах активісти також встановили **ерготерапевтичні кухні**.



"Вони потрібні, щоб максимально наблизити людину до побутових умов. Там все спеціально розроблено для людей, які втратили, зокрема, і елементарні навички, як от тримання речей", — каже Інна Іваненко.

Вона наголошує, що реабілітація не потребує складного чи дорогого обладнання і не на обладнанні треба концентруватися, головне — це **вміння мультидисциплінарної реабілітаційної команди працювати з пацієнтом** та вмінням правильно розробити та виконати план реабілітації. Бо активна реабілітація неможлива без участі пацієнта, власне йому треба буде фізично виконувати план реабілітації, і пацієнт буде втомлюватися.

Рис. 2.3.6 Скріншот з публікації «Психологи, соцпрацівники та спецобладнання: якою має бути реабілітація людей, що отримали травми на війні».

Важливо відзначити, що перша підкатегорія «цитати» прослідковується майже в усіх текстах нашої вибірки, адже коментарі героїв та експертів «Рубрика» подає як найбільш вагомий аргумент, пропонуючи це читачу як одне з найперших та найавторитетніших джерел рішень для проблеми, яка розглядається. Часто вони використовуються в комбінації з іншими способами

оформлення тексту. Проте зазначені на діаграмі 22 матеріали – це ті, де цитати є ключовими в подачі рішень або єдиним варіантом оформлення.

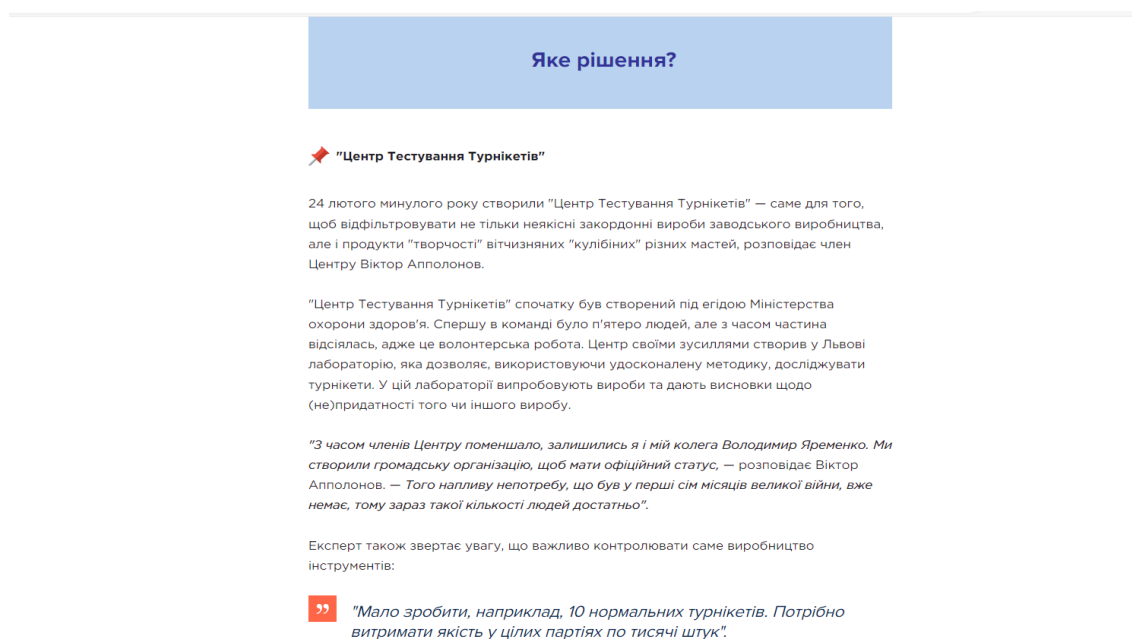


Рис. 2.3.7 Скріншот з публікації «Краще нічого, ніж турнікет-убивця»: як забезпечити бійців від неякісних джгутів».

Ілюстративні матеріали (скріни / інфографіка / карти і т.д.) (усього 5 публікацій) також подекуди прослідковуються в текстах публікацій медіа. Загалом їх набагато більше, але під час аналізу ми враховували лише ті, які тим або іншим чином ілюструють рішення, привертають увагу, допомагають аудиторії віднайти його або глибше зрозуміти. До прикладу, як на скріншоті нижче (див. рис. 2.3.8).

Як міські ради оприлюднюють інформацію щодо укриттів: інтерактивна карта з посиланнями на дані 70 міст України

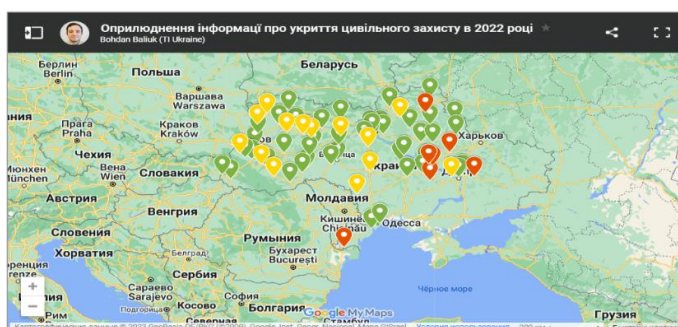


Рис. 2.3.8 Скріншот з публікації «Як міські ради оприлюднюють інформацію про укриття».

В публікаціях «Рубрики» є ще один яскравий елемент оформлення рішень – це списки порад/рекомендацій, інструкції (12 матеріалів). Вони впорядковують інформацію і викладають її в логічній послідовності, узагальнюючи ключову інформацію та дозволяючи виділити найважливіше й підкреслити головні рішення. Такі списки також містять конкретні кроки або поради, які читачі можуть виконати, щоб вирішити певну проблему або прийняти рішення. Списки рекомендацій також надають інформації максимальну конкретність, допомагаючи уникнути абстрактності та невизначеності, а використання маркерів, номерів, або інших символів робить текст більш легким для сприйняття. Це, відповідно, полегшує читачам перегляд та допомагає швидко знаходити необхідну інформацію.

Ще більше корисних рішень!

Крім того, психологиня Анна Тарова радить звернути увагу на три важливі речі:

1. Вираз "У здоровому тілі — здоровий дух" особливо актуальний під час війни, адже один із найважливіших ресурсів — це ваше фізичне самопочуття, яке тримається на трьох китах — **сон, фізична активність і правильне харчування**. Відновлення власних ресурсів слід розпочинати саме з фізичного стану — це основа всього. А після цього обов'язково зайнятися психологічним станом: правильне самоналаштування помножить сили, а хибне — позбавить їх.
2. Втома "від усього" може бути й ознакою депресії. Якщо у вас немає сил, ви маєте безсоння, порушення апетиту, не можете робити рутинні речі з самообслуговування і цей стан триває 2 тижні та більше, **це може бути небезпечно**. Зверніться до лікаря психіатра, зараз це можна зробити анонімно і навіть онлайн.
3. І третє — **безпека**: коли ви почнете втілювати в життя ваші ресурсні активності, обов'язково враховуйте умови, у яких ви знаходитесь, зважайте на повітряні тривоги та рекомендації ДСНС.

Рис. 2.3.9 Скрін з публікації «Повернути собі ресурс: як підтримати себе під час війни».

Лінки на зовнішні ресурси (11 матеріалів) використовуються в текстах «Рубрики» для оформлення рішень з метою надання додаткових доказів, інформації, або можливості для читачів самостійно досліджувати тему далі. Вони допомагають підкріпити та розширити інформацію, яку пропонує медіа, і надають можливість звертатися до додаткових джерел або експертів для

отримання більш глибокого розуміння питань та прийняття обґрунтованих рішень. До прикладу, в публікації «Евакуювати бджіл: як під час війни українці рятують найцінніших комах» журналісти надали лінк на заяву, яку треба заповнити, якщо хочеш скористатися державною програмою релокації бізнесу, а також посилання на волонтерську організацію, що здатна допомогти під час евакуації, та посилання на компанію, що допоможе залучити додаткову фінансову підтримку.

Аналітичні довідки (4 матеріали) – найменш використовуваний спосіб подачі рішень в «Рубриці». В текстах медіа він існує для оформлення рішень з метою надання читачам глибшого розуміння ситуації, проблеми або теми. Вони представляють аналітичний або дослідницький погляд на питання, надають факти, статистику, графіки та експертні висновки для допомоги читачам у прийнятті обґрунтованих рішень. Аналітичні довідки роблять інформацію більш доступною та переконливою, допомагаючи читачам зрозуміти складні аспекти теми і розглядати можливі альтернативи чи шляхи вирішення проблем. Часто в таких матеріалах можна зустріти висновки в кінці, які підсумовують весь аналіз, а також підкреслення ключових слів, яке вже згадувалось вище.

Ще один елемент оформлення рішень, який прослідковується в публікаціях дуже рідко та може бути розміщений всередині або наприкінці тексту. Він обрамлений блакитною рамкою та є свого роду висновком, ключовою думкою вище поданої інформації.

Інформаційні операції серед українців. І важливу роль відіграє превентивна робота з нашими громадянами, дотримання ними кібергігієни", — пояснює Юрій Виходець.

Справді: чим більше громадян дотримуватиметься правил кібергігієни, тим менше шахраї зможуть заподіяти шкоди.

Інтернет-шахрайство під час війни

Та ботоферми — не єдина небезпека від рф в українському кіберпросторі. Так, лише минулого місяця працівники кіберполіції в кооперації із Держспецзв'язку виявили та

Рис. 2.3.10 Скріншот з публікації «Шахрайства на біді та сотні тисяч добровольців: як Україна тримає удар на кіберфронті».

Отже, в цьому підрозділі ми детально відобразили результати якісно-кількісного контент-аналізу медіа «Рубрика». Прослідковуючи фірмовий формат та підходи медіа, дослідження дозволило розкрити сфери, геополітичний контекст, героїв публікацій, способи вирішення проблем, та як медіа їх подає.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота магістра мала на меті охарактеризувати прояви журналістики миру і рішень у практиці світових і українських медіа.

У ході дослідження нами були реалізовані такі завдання:

1. Проаналізовано теоретико-методологічний апарат, історичне підґрунтя розвитку журналістики миру і рішень у світі.

У нашому дослідженні ми з'ясували, що журналістика рішень (solution journalism) – це напрям журналістики, який не обмежується лише викриванням проблем, але також акцентує увагу на пошуку та презентації конкретних рішень для їх розв'язання. Він спрямований на інформування читачів про успішні ініціативи та прояви позитивних змін у суспільстві, тим самим переводячи фокус із негативу на позитив. Матеріали журналістики рішень зазвичай мають позитивну тональність, де акцент робиться на успішних рішеннях та позитивних результатах. Це допомагає аудиторії розглядати проблеми та виклики як можливості для змін і розвитку.

Окрім того, важливою особливістю журналістики рішень є участь журналістів у змінах у суспільстві. Журналісти, які прагнуть розвивати цей підхід, співпрацюють із соціальними організаціями, активістами та громадськими ініціативами, щоб підтримувати інновації і досягати позитивних результатів. Solution journalism використовує засади конструктивної журналістики, де акцент робиться на позитивних аспектах інформації, створюючи матеріали, що дають надію, мотивують аудиторію діяти і сприяють змінам. Окрім того, він спирається на психологічні принципи розширення позитивних емоцій. Тобто гарні емоції, викликані читанням матеріалу, можуть стимулювати аудиторію до активних дій, творчості та вирішення проблем.

Також зазначимо, що перші прояви журналістики рішень можна відслідкувати на початку XXI століття. Організація «Reporters d'Espoirs» у Франції, заснована у 2004 році, вважається однією з піонерів в цій галузі. Вони розвивали підхід до журналістики рішень, який був спрямований на висвітлення

позитивних історій та успішних ініціатив. Важливий крок у розвитку журналістики рішень відбувся у 2010 році зі створенням французької платформи «Sparknews» і журналу «Solutions». Ця ініціатива розширила розповсюдження журналістики рішень та надала цьому підходу важливу публічну платформу. А з 2020 року зафіксовано значний ріст кількості матеріалів у сфері журналістики рішень, що може бути пов'язано із викликами COVID-19. Адже за даними «Solutions Journalism Network», тоді загальна кількість опублікованих історій зросла на 40% всього за два роки. В 2022 році платформа «Solutions Story Tracker» включила у свою діяльність 23 суспільно важливі категорії, від розвитку громад та охорони здоров'я до екологічної стійкості та бізнесу. Це свідчить про розширення спектру тем, які охоплюються журналістикою рішень.

Ми прийшли до висновку про можливість solution journalism поєднувати принципи і методи, спрямовані на розкриття проблем та подачу шляхів їх вирішення, включаючи:

- принцип фокусу на рішенні: напрям розглядає конкретні рішення і пропонує їх як спосіб вирішення суспільних питань; цей принцип покликаний залучити увагу до практичних аспектів вирішення проблем;

- принцип залучення аудиторії: журналісти взаємодіють з аудиторією, запитуючи їхню думку, досвід і ідеї стосовно проблеми та можливих рішень; це підсилює взаємодію та залучає громадськість до процесу рішення;

- принцип підсилення позитивного впливу: журналістика рішень ставить перед собою завдання створення позитивного впливу на суспільство, підсилюючи інформованість про проблеми та варіанти їх вирішення.

Окрім того, методи, що використовуються в журналістиці рішень, включають в себе:

- використання конкретних прикладів: журналісти наводять конкретні історії та приклади рішень, що вже були відкриті або реалізовані в різних галузях;

- залучення експертів і дослідників: співпраця журналістів із фахівцями та науковцями для обґрунтування інформації та визначення ефективних рішень;

– співпраця з аудиторією: журналісти взаємодіють з аудиторією, дозволяючи їй брати участь у процесі вирішення проблем і внесення власних ідей;

– врахування морально-етичних аспектів: під час пропонування рішень журналісти не мають право видавати йог за абсолютно універсальне та завжди працююче, при цьому мають слідкувати, щоб опис проблеми не був поверхневим.

2. Прослідковано напрацьовані підходи й тренди журналістики миру і рішень у світових медіа.

В роботі проведено аналіз низки відомих закордонних ЗМІ. Отже, медіа «The Guardian» створює виразний фокус на важливих глобальних проблемах, такі як зміни клімату, права людини, бідність та багато інших. Зосереджуючись на їх розв'язанні, просуває глобальну обізнаність і також активно намагаються залучити свою аудиторію до обговорення та співпраці в питаннях розв'язання проблем.

«The New York Times» розширює покриття важливих глобальних проблем та рішень на всі аспекти життя. Медіа створює матеріали, які стосуються політики, економіки, культури, науки та інших сфер, активно використовуючи інтерактивні проекти, діаграми та візуалізації даних для наочного викладення складних питань та рішень.

«BBC» акцентує увагу на глобальних проблемах та можливостях для розв'язання їх через власні програми, документальні фільми, інформаційні матеріали та відео.

«The Optimist Daily» використовує позитивний наратив для акцентування уваги на позитивних новинах та інноваціях, надаючи аудиторії широкий погляд на глобальні проблеми та реально працюючі рішення.

«Ode Magazine» сприяє прогресу, розповідаючи історії про ідеї та проекти, які сприяють соціальному і екологічному прогресу та змінюють світ навколо. Медіа акцентує увагу на суспільних проблемах та можливостях для позитивних змін, надаючи читачам шанс долучитися до створення більш справедливого світу.

«Sparknew» працює над об'єднанням різних груп і компаній з метою спільного вирішення глобальних проблем та поширення позитивних ідей. Медіа акцентує увагу на ідентифікації реальних рішень і підкреслює важливість позитивних ініціатив для сталості та соціальної відповідальності.

3. Здійснено аналіз української практики застосування журналістики миру й рішень під час війни.

Ми з'ясували, що «Рубрика» є нішевим українським медійним ресурсом у форматі журналістики рішень, який дотримується всіх професійних стандартів. Завдяки послідовності у використанні концепції та власного формату написання матеріалів, мультимедійності та внеску в розвиток цього напрямку в українському інфопросторі, медіа «Рубрика» утверджує свою позицію як провідне медіа в напрямі журналістики рішень в Європі.

За результатами якісно-кількісного дослідження контенту обраного медіа вивчено основні патерни, що прослідковуються в вибірці матеріалів, зокрема:

- за геополітичним контекстом 89% публікацій розкривають внутрішні справи України, решта – залучають міжнародну підтримку;

- героями/об'єктами найбільшої кількості публікацій є експерти, керівники проєктів або організацій, що становить 24% від загальної кількості; волонтери – близько 16% ;

- найпопулярніша сфера, в якій медіа шукає відповіді та рішення – це медицина/здоров'я (психічне) – близько 15% публікацій, а також медицина/здоров'я (фізичне) – близько 13%; воєнна сфера – також близько 13%;

- в публікаціях шляхами вирішення проблеми здебільшого є волонтерство/благодійність і державні ініціативи – близько 18,5%, а також дотримання інструкцій/рекомендацій – близько 16.6 %

- для оформлення рішень у текстах медіа найбільше використовує цитати, а також списки порад чи рекомендації та лінки на зовнішні ресурси

4. Визначено проблеми та виклики застосування журналістики миру й рішень в українських медіа.

Українська журналістика рішень знаходиться на початковому етапі розвитку, але вже знаходить своє місце в медіапросторі. Нагальним викликом є обмеженість фінансування, адже для розвитку цього напрямку необхідна значна кількість досліджень та аналітики, що вимагає додаткових ресурсів та фінансової підтримки. Інша перепона – недостатнє розуміння важливості solution journalism, бо більшість ЗМІ не зосереджуються на пошуку ініціатив, спрямованих на вирішення складних проблем. Журналісти стикаються з труднощами в пошуку необхідних тем і експертів. Окрім того, журналістика рішень потребує популяризації серед аудиторії, щоб заохочувати громадян самостійно розглядати та пропонувати ідеї для вирішення проблем.

5. Сформульовано перспективи розвитку журналістики миру в Україні.

Перспективи розвитку журналістики миру полягають в створенні інфраструктури, яка забезпечить ресурсами для проведення досліджень та розробки рішень. Окрім того, використання новітніх технологій, таких як машинне навчання для аналітики великих масивів даних, розширить можливості ЗМІ в розв'язанні суспільних проблем. Важливим етапом є повернення фінансування від держави, міжнародних організацій та бізнес-середовища. Разом із цим, розширення міжнародної тематики в ЗМІ сприятиме залученню аудиторії в глобальний контекст. Співпраця з громадськістю через різноманітні ініціативи, включаючи участь у створенні та обговоренні рішень, стане кроком до активізації участі громадян у справах суспільства. Усі ці аспекти сприятимуть розвитку журналістики миру в Україні та її важливій ролі в формуванні свідомого та активного громадянства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Голуб О. Конструктивна журналістика в онлайн-медіа. Огляд матеріалів. *Інститут масової інформації*. 2020. 08 квіт. URL: <http://surl.li/oamfv> (дата звернення: 15.09.2023).
2. Голуб О. Що таке конструктивна журналістика і чому вона життєво необхідна у складні моменти історії. *Інститут масової інформації*. 2020. 12 серпня. URL: <http://surl.li/oamfx> (дата звернення: 13.09.2023).
3. Іванова О. Конструктивність конструктивної журналістики в конфліктогенному соціальнокомунікаційному середовищі. *Діалог: медіастудії*. 2022. Вип. 28. URL: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2022.28.268489> (дата звернення: 28.09.2023).
4. Іщенко І. Інформаційна валеріана чи конструктивна журналістика? *День*. 2020. 17 квітня. URL: <https://day.kyiv.ua/article/media/informatsiyna-valeriana> (дата звернення 28.09.2023).
5. Куліді. Н. Журналістика рішень в Україні: топ проблем, з якими стикаються медіа. *The Lede*. 2020. 10 червня. URL: <https://www.thelede.media/management/2020/06/10/1718/> (дата звернення: 13.09.2023).
6. Курепін В. М. Воєнні конфлікти, як глобальні екологічні проблеми суспільства. *Педагогічні інновації* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, м. Миколаїв, 28-29 квітня 2021 р. Миколаїв : МНАУ, 2021, С. 156-158.
7. Лаврів М. Розкласти все по полицках. Як «Рубрика» просуває журналістику рішень в Україні. *Медіамейкер* 2023. 13 вересня. URL: <http://surl.li/oamgd> (дата звернення: 28.09.2023).
8. Лизанчук В. Російська інформаційно-психологічна війна проти України: мета і завдання, методи і форми. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2017. 20 с.

9. Лобанок, Д. В. Журналістика рішень у соціокомунікативному просторі українських медіа: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістр. Суми : СумДУ, 2021. 57 с.
10. Матичак Т. Як створювати матеріали в жанрі журналістики рішень: вісім порад від експертів. *Детектор медіа*. 2020. 7 грудня. URL: <http://surl.li/oamgf> (дата звернення: 19.06.2023).
11. Овсієнко Є. Журналістика миру: потрібна, бажана та здійсненна реформа. *Велика ідея*, 2014. 22 липня. URL: <https://biggggidea.com/practices/1360/> (дата звернення 06.09.2023).
12. Панькевич. О. Журналістика рішень як новий напрям українських медіа. *Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації* : зб. мат. VI Міжнар. наук.-практ. конф. Одеса, 19-20 березня / під заг. ред. В. Г. Спрінсяна. Дніпро : Середняк Т. К., 2020. С. 359-362.
13. Пліс В. Чи можливий конструктив після 24 лютого? *Накупіло* .2023. 8 березня. URL: <http://surl.li/oamgi> (дата звернення: 28.09.2023).
14. Смик М. Без паніки - журналісти близько. *Medialab* 2021. 19 червня. URL: <https://medialab.online/news/zhurnalisty-blyzko/> (дата звернення: 28.09.2023).
15. Що таке журналістика рішень? *Transitions*. 2021. URL: <http://surl.li/oamgo> (дата звернення: 17.09.2023).
16. Allam R. Constructive Journalism in the Egyptian Context: Roles and Challenges. *Qatar University*. 2018. 27 p. URL: <http://surl.li/oamgr> (date of access: 16.09.2023).
17. Andrew S. Electric taxis take flight— The greener future of urban air travel. *The Optimist Daily*. 2023. June, 29. URL: <http://surl.li/oamgv> (date of access: 22.09.2023).
18. Bass T. The Evolution of Solutions Journalism. *Medium*. 2019. Dec, 3. URL: <http://surl.li/oamhb> (date of access: 06.09.2023).
19. Bellini F. Food, homes – and books – for the 99%. *The Guardian*. 2018. Aug, 31. URL: <http://surl.li/oamhf> (date of access: 19.09.2023).

20. Benesch S. The Rise of Solutions Journalism. *Columbia Journalism Review*. 1998. Vol. 36, No 6. P. 36-39.
21. Bornstein D. Why 'Solutions Journalism' Matters, Too. *The New York Times* 2011. Dec, 20. URL: <http://surl.li/oamhi> (date of access: 17.09.2023).
22. Carrol R. Rethinking Biodiversity During COVID-19 times. *Sparknews* 2023. June, 29. URL: <http://surl.li/oamhn> (date of access: 22.09.2023).
23. Chopra D. Our Mission: To accelerate the shift in human consciousness by catalyzing people to start each day with a positive solutions mindset. *World Business Academy*. 2022. Oct, 11. URL: <https://worldbusiness.org/optimist/> (date of access: 21.09.2023)
24. Ciobanu M. With its latest series The Upside, the Guardian will focus on solutions journalism in five key areas. *Journalism.co.uk*. 2018. Feb, 14. URL: <http://surl.li/oamhr> (date of access: 18.09.2023).
25. Clermont R. Solution-oriented journalism: a matter of balance. *Clean Energy Wire*. 2019. Jul, 5. URL: <http://surl.li/oamhu> (date of access: 28.09.2023).
26. Curry A. L., Hammonds K. H. The Power of Solutions Journalism. *Mediaengagement*. 2019. Vol. 18. No 2. P. 12-25.
27. Dyer J. Is Solutions Journalism the Solution? *Nieman Reports*. 2015. June, 11. URL: <https://niemanreports.org/articles/is-solutions-journalism-the-solution/> (date of access: 12.09.2023).
28. Fredrickson B. The broaden-and-build theory of positive emotions. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London*. 2004. Sep., 29. Vol. 359(1449), 1368–1370. URL: <https://doi.org/10.1098/rstb.2004.1512> (date of access: 16.09.2023).
29. Gambacorta D. How do I know it's Solutions Journalism? *Learninglab* 2021. March, 15. URL: <http://surl.li/oamhw> (date of access: 14.09.2023).
30. Gielan M., Furl B., Jackson J. Solution focused news increase optimism, empowerment and connectedness to community, *Institute for applied positive research*. 2017. 5 p. URL: <http://surl.li/oamip> (date of access: 17.09.2023).

31. Green J. The express guide to constructive journalism. *Accountable journalism*. 2022. Mar, 25. URL: <http://surl.li/nuogk> (date of access: 09.09.2023).
32. Henriques M. BBC Future Planet: sustainable development in a solutions newsroom *Global Alliance for Media Innovation*. 2022. Sep, 29 URL: <https://media-innovation.news/media-lab/bbc-future-planet/> (date of access: 21.09.2023).
33. Hyde L. Interview of Lily Hoping for no more bad news to cover from Ukraine. *Kyiv Post*. 2022. Dec, 8. URL: <http://surl.li/ocbos> (date of access: 15.09.2023).
34. Jahic D. Solutions Journalism: Instead of Focusing on Problems, Focus on Fixes. *Voice of America*. 2023. Mar, 24. The New York Times: Fixes. URL: <https://www.nytimes.com/column/fixes> (date of access: 17.09.2023).
35. Jochum K. What is Constructive Journalism? *Bonn Institute*. 2022. Dec, 2. URL: <http://surl.li/oamix> (date of access: 15.09.2023).
36. Journal Solutions. *Rocky Mountains Institute*. 2021. Vol. 12, №1. URL: <http://surl.li/oamjf> (date of access: 12.09.2023).
37. Kasriel E. Why we need Solutions-Focused Journalism. *BBC Academy*. 2016. Aug, 31. URL: <http://surl.li/oamjn> (date of access: 20.09.2023).
38. Kesar. K. Amplifying positive-impact initiatives. *Sparknews*. 2022. Apr, 19. URL: <https://www.sparknews.com/en/> (date of access: 22.09.2023).
39. Kovačević P. Solutions Journalism in Practice: The Tension Between Critical and Compelling Presentation of Solutions in BBC's Social Media Video Stories. *Media Literacy and Academic Research*. 2023. Vol. 6, No. 1. URL: <https://doi.org/10.34135/mlar-23-01-07> (date of access: 16.09.2023).
40. Kovach, B., & Rosenstiel, T. The elements of journalism: what new people should know and the public should expect. *Three Rivers Press*. 2014. Vol. 267. URL: <http://surl.li/nuofx> (date of access: 16.09.2023).
41. McIntyre, K. Constructive Journalism: The Effects of Positive Emotions and Solution Information in News Stories Dissertation, *University of North Carolina*. Vol. 162. URL: <https://core.ac.uk/reader/210600750> (date of access: 16.09.2023).
42. McIntyre, K., & Gyldensted, C. Positive Psychology as a Theoretical Foundation for Constructive Journalism. *Journalism Practice*. *Virginia Commonwealth*

University 2018. Vol. 12. URL: <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1472527> (date of access 16.09.2023).

43. McIntyre, K., & Sobel, M. Reconstructing Rwanda: How Rwandan reporters use constructive journalism to promote peace. *Journalism Studies*. 2017. Vol. 19. URL: <http://surl.li/oamjo> (date of access: 17.09.2023).

44. Molter N. Constructive Journalism: Solutions-oriented in times of crisis. *DW Akademie*. 2023. Apr, 17. URL: <http://surl.li/oamjq> (date of access: 28.09.2023)

45. Newman N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022. *Digital News Project*. 2022. Jan 11. URL: <http://surl.li/oamjt> (date of access: 07.09.2023).

46. Our 100% Renewable Energy Vision. *The Solution Project*. URL: <http://surl.li/oamjx> (date of access: 23.09.2023).

47. Pecot M. Le Journalisme de Solution: Une réponse au désintéressement du citoyen face à l'information: mémoire par M. Pecot Mario. Paris. *École du journalisme de Nice*. 2020. p. 64.

48. Peillon A. Reporters d'espoirs pour une «France des solutions» Reporters d'Espoirs. *LaCroix*. 2018. Oct, 4. URL: <https://reportersdespoirs.org/> (date of access 11.09.2023).

49. Porter A. Discovering solutions: How are journalists applying solutions journalism to change the way news is reported and what do they hope to accomplish? Thesis. Texas. University of New Texas. 2018. 73 p. URL: <http://surl.li/nuoev> (date of access: 17.09. 2023).

50. Rattman J. Can Dirt Save The Earth? *The New York Times*. 2018. Apr., 18. URL: <http://surl.li/oamka> (date of access: 17.09.2023).

51. Rice-Oxley M. The Upside series: 'Our reporting generates change for the better'. *The Guardian*. 2019. Aug, 3. URL: <http://surl.li/oamkd> (date of access: 18.09.2023).

52. Rou K. Solutions Journalism Imposters. *Medium*. 2016. Nov, 10. URL: <http://surl.li/oamkh> (date of access: 12.09.2023).

53. Shanks C. Food Justice: Sustainability and Equity in the Context of Ode Magazine. *Ode Magazine*. 2023. Sep, 18. URL: <https://www.odenow.com/food-justice/> (date of access: 22.09.2023).

54. Shanks C. The Power of Mindfulness: The Benefits in Ode Magazine. *Ode Magazine*. 2023. Sep, 15. URL: <https://www.odenow.com/benefits-of-mindfulness/> (date of access: 22.09.2023).

55. Solutions Journalism: What is it and why should I care? *Medium* 2020. Dec, 9. URL : <http://surl.li/nuoeo> (date of access: 11.09.2023).

56. The Solution Project. *Linkedin*. URL: <https://www.linkedin.com/company/the-solutions-project> (date of access 20.09.2023).

57. Venn D. The Power of Solutions Journalism . *The Tyee*. 2020. Mar, 3. URL: <http://surl.li/oamkk> (date of access: 11.09.2023).

58. Wenzel A., Gerson D., Moreno E. Engaging Communities Through Solutions Journalism. Monography. *Los Angeles: Tow Center for Digital Journalism*. 2016. 127 p.

59. What is Solutions Journalism? *Solution Journalism Network*. 2022. URL: <https://www.solutionsjournalism.org/> (date of access: 07.09.2023).

60. Woodstock L. Public Journalism's Talking Cure: An analysis of the movement's 'problem' and 'solution' narratives. *The Philadelphia Inquire*. 2022. P. 37–55.

ДОДАТОК А

ТАБЛИЦЯ ЯКІСНОГО КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ МАТЕРІАЛІВ ВИБІРКИ ВИДАННЯ «РУБРИКА»

Таблиця А.1. – Категорії якісного контент-аналізу видання «Рубрика»

Рубрика «Що відбувається»			
Назва публікації, дата випуску	Тема/Проблема	Рішення	Як оформлюється рішення у тексті
«Кожен українець — пункт незламності. Як підготуватися до блекаутів та чому нас не перемогти?» 04.01.23	Підготовка до блекаутів в Україні	1. Зберігання їжі, води та газу 2. Використання альтернативних джерел енергії та засобів зберігання холоду. 3. Підготовка до відключень зв'язку та комунікації. 4. Гнучке планування та психологічна стійкість. 5. Командна робота та домовленості з близькими.	Списки порад
«Закупівлі в Міноборони, резерв бійців й гібридні тактики рф: події тижня, що визначають майбутнє» 01.02.2023	Аналіз подій тижня в Україні та на міжнародній арені, які впливають на майбутнє країни	1. Боротьба з корупцією в системі закупівель Міністерства оборони 2. Інтеграція добровольчих підрозділів в регулярні війська 3. Ротація особового складу 4. Підтримка міжнародних партнерів та постачання зброї 5. Дії проти "Групи Вагнера" та обмеження можливостей Росії	Подаються висновки та рекомендації
«Форум благодійних ініціатив, або як об'єднати титанів тилу: рішення для співпраці» 06.03.2023	Благодійні ініціативи та рішення для підтримки України в умовах війни і кризи	1. Створення форуму для об'єднання благодійних організацій і волонтерів. 2. Сприяння обміну досвідом серед благодійників. 3. Спеціалізація благодійних організацій на допомозі військовим. 4. Залучення великих фондів до підтримки благодійних ініціатив.	Цитати героїв
«Смаколики на фронт: що і як передавати, щоб не марнувати зусиль» 06.04.2023	Організація та передача гуманітарної допомоги на фронт українській армії з	1. Узгодження з військовими перед передачею. 2. Передавати лише те, що військові точно зможуть з'їсти і зберігати без холодильника 3.Рекомендації щодо продуктів, які зберігаються довше. 4.Координування з волонтерськими групами	Цитати героя, списки порад

Продовження табл. А.1

	урахуванням особливостей та потреб військових		
«Чому для України добре, що досі не запрацював американський ленд-ліз» 09.05.2023	Невикористання американського ленд-лізу для України	1. Продовжувати підтримку України через Конгрес США, оскільки ленд-ліз не потрібен зараз. 2. Зосереджуватися на інституційній співпраці з Білим домом і Конгресом для обговорення нових пакетів допомоги. 3. Підкреслити важливість змісту та обсягу допомоги, а не механізму ленд-лізу.	Шляхом аналізу та пояснень
«Злочини росії проти українських дітей: про що має знати світ» 01.06.2023	Злочини Росії проти українських дітей та наслідки воєнної агресії	1. Використовувати Звіт ОБСЄ для притягнення до суду злочинців. 2. Забезпечувати міжнародну співпрацю і судове переслідування. 3. Видавати арештовані ордери, включаючи Путіна та Львову-Белову. 4. Забезпечувати покарання за всі злочини.	Надання інструкції для дій
Рубрика «Корисності»			
Назва публікації, дата випуску	Тема/Проблема	Рішення	Як оформлюється рішення у тексті
«Як підтримати дитину в евакуації: поради психологів батькам-переселенцям» 07.01.2023	Психологічна підтримка дітей та батьків під час евакуації	1. Підтримка дітей в евакуації, включаючи збереження зв'язку зі школою, пошук нових друзів тощо. 2. Підтримка батьків з акцентом на розумінні їхніх дітей і створенні сприятливого середовища. 3. Психологічні вправи та ігри для полегшення емоційного стану дітей і батьків.	Цитати фахівця, список порад від психолога, посилання на онлайн-лінію психологічної допомоги
«Я боюся за дитину: як батькам підтримувати себе під час війни» 06.02.2023	Психологічна підтримка батьків під час війни	1. Звертати увагу на власне тіло та відчуття 2. Працювати над покращенням ставлення до себе та реакціями на стрес. 3. Розрізнити любов і опіку, щоб уникнути надмірної турботи. 4. Працювати з власними страхами та займатися підвищенням власного ресурсу. 5. Усвідомлювати вплив власного стану на дітей і родину. 6. Допомогати дітям вчитися приймати допомогу. 7. Зосереджуватися на збереженні психо-емоційного стану в умовах війни.	Посилання на пост із порадами від громадської організації, список порад від психолога

Продовження табл. А.1

«Заморожене майбутнє: чому військовим варто зберегти свій генетичний матеріал» 01.03.2023	Необхідність збереження генетичного матеріалу військових	Кріоконсервація генетичного матеріалу, процес якої супроводжуватиметься: - підтримкою військових у медичних закладах - юридичною підтримкою - чіткою процедурою визначення походження дитини	Посилання на сторінки медичних центрів, посилання на пост героїні в соцмережі, цитати експертів
«Розмова про війну: 10 дитячих книжок, які допоможуть батькам» 02.04.2023	Як говорити з дітьми про війну	Використання спеціальних дитячих книг задля ознайомлення з важливими темами та підготовки дітей до обговорення складних ситуацій	Посилання на платформу для аудіокнижок Добірка книжок
«Як допомогти підлітку освоїтися на новому місці: поради психологів» 05.05.2023	Психологічна адаптація підлітків після переїзду через війну	1. Створення особистої зони комфорту для підлітка 2. Перенесення родинних традицій та звичаїв 3. Допомога підліткам у визначенні особистих цілей. 4. Проведення тренінгів та психологічних заходів у школах 5. Залучення батьків та родини до підтримки підлітків у процесі адаптації	Список порад від психолога, цитати експертів, посилання на курс на освітньому порталі, посилання на курс психологічної інтеграції, посилання на сторінку організації з порадами для психологічного здоров'я, посилання на проект, який забезпечує спілкування зі спеціалістами
«Краще нічого, ніж турнікет-убивця: як убезпечити бійців від неякісних джгутів» 12.06.2023	Низька якість та надійність медичних турнікетів, використовуваних в Україні для надання першої допомоги	1. Створення «Центру Тестування Турнікетів» для перевірки якості 2. Покращенні сертифікації та встановлення стандартів якості	Ілюстративні фото з підписами (для показу, що є якісним або неякісним), цитати експертів

Продовження табл. А.1

	пораним військовим	3. Притягненні до відповідальності виробників. 4.Інформаційно-просвітницька робота. 5.Рекомендації щодо використання високоякісних турнікетів	
Рубрика «Кейси»			
Назва публікації, дата випуску	Тема/Проблема	Рішення	Як оформлюється рішення у тексті
«NoScar: як українцям допомагають позбутися шрамів, отриманих через війну» 03.01.2023	Корекція шрамів для постраждалих від війни	Пропонування безоплатної корекції шрамів для українців, завдяки ініціативі NoScar, яка об'єднує пластичних хірургів-волонтерів	Посилання для заявки на сайті NoScar, цитати героя, фото пацієнтки «до» та «після»
«“Кішки”, “хеки” й “їжаки”»: як скульптори з Закарпаття допомагають війську» 01.02.2023	Активна участь закарпатських скульпторів виробництві та створенні інноваційних металевих виробів для фронту	1. Створення і вдосконалення практичних військових пристосувань 2.Впровадження креативних та гумористичних рішень для підняття духу військових 3. Залучення громадськості до підтримки	Цитати героїв
«“Хоч на 2% зручніше”, — як працює цех переселенки, що відшиває спорядження для військових» 21.03.2023	Виробництво спорядження для військових та переселенців	1. Створення підприємства «TETRAPOD» 2. Залучення волонтерів та громадських ініціатив 3. Розвиток сучасних підприємств та ремесел, які можуть забезпечувати робочі місця для переселенців	Цитати героїні
«Вогонь запеклих не пече: як українська ініціатива повертає звичну вроду постраждалим від війни» 04.04.2023	Безкоштовне лікування рубців і шрамів для постраждалих від війни в Україні	1. Створено ініціативу «Неопалимі» для постраждалих від війни українців з опіками та рубцями на шкірі 2. Ініціатива об'єднує 18 приватних клінік по всій Україні для надання безкоштовного лікування 3. Залучення іноземних спонсори та партнерів	Цитати героїв, посилання на анкету для участі

Продовження табл. А.1

«Вегани в армії: як "Кожна Тварина" допомагає нашим військовим» 01.05.2023	Необхідність впровадження веганського армійського раціону для військовослужбовців з різними харчовими уподобаннями	1. Запуск ГО «Кожна тварина» проєкту «Веганська Кухня України» 2. Організація благодійних фестивалів та збір коштів для веганських сухпайків 3. Співпраця з Міністерством оборони України	Посилання на гугл форму, таблиці харчових цінностей
«“Все, що ми можемо зараз протиставити горю — це любов”, або Як працює дитячий табір для психологічної реабілітації» 05.06.2023	Психологічна реабілітація дітей, які пережили воєнні події в Україні	1. Підтримка дітей в реабілітаційному таборі Gen.Camp 2. Розробка та впровадження української програми «Захищені любов'ю» 3. Співпраця із волонтерами, організаціями, фондами 4. Розвиток наукової діяльності для вивчення та адаптації реабілітаційних програм	Посилання на сайт проєкту, посилання на гугл-форму для заяви, цитати героя
Рубрика «Небайдужа»			
Назва публікації, дата випуску	Тема/Проблема	Рішення	Як оформлюється рішення у тексті
«“Найскладнішим було питання «коли це закінчиться?»» — дитяча психологиня про пережиту окупацію» 05.01.2023	Розгляд впливу окупації на психіку та емоційний стан дітей	1. Збереження режиму дня та ритуалів 2. Прогулянки на свіжому повітрі 3. Підтримка емоційної безпеки 4. Сприяння розумінню та раціоналізації вражень 5. Звернення до психолога	Цитати експерта
«Жіноча військова форма за стандартами НАТО: коли це станеться в Україні?» 15.02.2023	Створення військової форми для жінок-військовослужбовців в Україні	1. Створення жіночої військової форми організацією «Arm Women Now на основі комплект тактичного одягу з армії США» 2. Фінансування та збір коштів через благодійні заходи та фонди 3. Тестування та доопрацювання через відгуки клієнток	Цитати героя, посилання на пости-відгуки в соцмережах

Продовження табл. А.1

«Менторство українок за кордоном: як зовнішньо переміщеним особам впоратися зі складнощами вимушеної еміграції» 03.03.2023	Вплив війни на українські сім'ї після вимушеної еміграції	1. Покращення умов працевлаштування для українців за кордоном 2. Підтримка права не мобілізованих чоловіків перетинати кордон та виїжджати за умови подальшого повернення 3. Підтримка співробітництва та менторства між українськими жінками за кордоном 4. Підтримка переміщеним особам у перший квартал проживання 5. Перевірка тих, хто пропонує допомогу за кордоном	Шляхом аналізу та пояснень
«Територія Незламних Матусь. Як працює прихисток для вагітних та породіль у Львові» 03.04.2023	Надання підтримки та комфортних умов для вагітних та породіль, які втікали від війни	1. Створення центру «Незламні матусі», який: - надає комфортні умови проживання - надає соціальні послуги - проводить заняття з дітьми - є елементом екосистеми UNBROKEN	Цитати героїв, аналіз закордонного досвіду в інших країнах, посилання на сторінку реабілітаційного центру
«Пані Прапор допомагає переселенцям: як колишня військова з Донбасу організувала гуртожиток для родин зі сходу» 08.05.2023	Надання прихистку для переселенців	Створення за ініціативи колишньої військової невеликого гуртожитку, який надає допомогу і підтримку переселенцям, що втратили свої домівки через війну	Цитати героїні
«“Для чого загинув мій чоловік, якщо я зараз себе знищу?”». Як працює проєкт, що допомагає жінками, які втратили коханих» 14.05.2023	Психологічна підтримка жінок, які втратили своїх чоловіків під час війни	Створення проєкту «Коханий, я живу!», який надає психологічну підтримку через восьмижневий курс зустрічей	Цитати засновників, власні історії героїнь, посилання на сторінку проєкту в Інстаграм
Рубрика «Екорубрика»			
Назва публікації, дата випуску	Тема/Проблема	Рішення	Як оформлюється рішення у тексті

Продовження табл. А.1

«Евакуювати бджіл: як під час війни українці рятують найцінніших комах» 13.01.2023	Порятунок бджіл під час війни в Україні	1.Евакуація бджіл з небезпечних територій, навіть посеред сезону 2. Залучення грантів та державної підтримки для постраждалих бджолярів 3. Виведення нових видів бджіл для відновлення пасік 4.Звернення до місцевих органів та державних програм релокації бізнесу. 5.Співпраця з волонтерами та організаціями для вивезення бджіл з небезпечних зон.	Посилання на волонтерську сторінку, посилання на сторінку організації, посилання на анкету
«Сонячні панелі на даху: чи працює рішення під час блекаутів» 08.02.2023	Робота сонячних панелей на дахах під час блекаутів	1. Встановлення у багатоквартирних будинках гібридного чи автономного інвертора 2. Встановлення приватними власниками сонячних панелей та використання "зеленого тарифу" для продажу надлишкової електроенергії 3. Оренда навіть приватним особами для встановлення сонячних батарей	Цитати експерта
«Як українські фермери змогли подолати виклики, які поставила перед ними війна: попри блекаути та обстріли» 13.03.2023	Функціонування українських ферм під час війни	1. Забезпечення резервних джерел енергії на фермах 2. Встановлення сонячних електростанцій для автономного живлення ферм 3. Розвиток співпраці між фермерами для спільної евакуації тварин та об'єднання ресурсів 4. Залучення волонтерів, благодійних фондів та держави до надання допомоги 5. Розробка планів для захисту та безпеки тварин під час евакуації	Посилання на YouTube канал, цитати героїв
«Корисні відходи: як на Сумщині з пляшок друкують спорядження для військових» 10.04.2023	Переробка пластикових пляшок для виготовлення військового спорядження	1. Виготовлення філаменту для 3D-друку з пластикових пляшок 2. Використання отриманого філаменту для виготовлення корисних речей, таких як деталі для автоматів, дронів тощо 3. Можливість навчання дітей та молоді роботі з 3D-принтерами	Цитати героїв, посилання на відео-інструкцію, посилання на зарубіжні організації 3D друку

Продовження табл. А.1

«Росіяни знищують Джарилгач? Пояснення від директорки Нацпарку» 15.05.2023	Загроза для острова Джарилгач у Чорному морі через дії російських окупантів	1. Звернення до Міністерства захисту довкілля та правоохоронних органів для зафіксування воєнного злочину 2. Направлення формальної нотифікації до Секретаріату Рамсарської та Бонської Конвенцій 3. Поширення інформації про цю проблему для надання розголосу	Супутникові знімки, цитати експертки
«Екорішення від військових: як українські захисники намагаються зберегти природу навіть на передовій» 01.06.2023	Ініціативи для охорони природи від військових на передовій в Україні	1. «Підвісь пакет» ініціатива сортування сміття на передовій 2. Збір та утилізація батарейок 3. Омивання природних насаджень та уникнення вирубки дерев задля збереження природи 4. Заміна батарейок на акумулятори 5. Використання сонячних панелей для заряджання	Посилання на телеграм-бот, посилання на соцмережі організації, посилання на онлайн-форму, цитати героїв, список рішень
Рубрика «Інвестиційні рішення»			
Назва публікації, дата випуску	Тема/Проблема	Рішення	Як оформлюється рішення у тексті
«"Я знаю, куди я повернуся", або Кейс бізнесу, що підтримує працівників на фронті» 24.02.2023	Внесок працівників компанії BGV Group Management у оборону держави	1. Працівники компанії беруть активну участь у бойових діях 2. Їхній бізнес підтримує державу, зокрема: - виділяє фінансові кошти для закупівлі автомобілів для ЗСУ - придбав захисні і оптичні засобів для військових підрозділів та інше обладнання і спорядження	Цитати героїв
«Бізнес під час війни: три історії, які надихають» 27.03.2023	Підприємництво в умовах війни	1. Пошук ніші на ринку, вибір вигідних пропозицій та роботу з мінімальним бюджетом 2. Залучення підтримки, розширення бізнесу під час війни 3. Використання попереднього досвіду у сфері та заощаджень а також пошук мобільності у вирішенні проблем	Цитати героїв

Продовження табл. А.1

«Посівна-2023: міни, ціни, труднощі та рішення воєнного часу» 24.04.2023	Виклики та можливості аграрного сектору України в умовах війни	1. Міжнародна підтримка та грантові можливості 2. Закритий цикл виробництва 3. Об'єднання в кооперативи 4. Перехід на модель Франції 5. Програма «5-7-9» для надання державної фінансової підтримки	Посилання на закордонні організації та платформи, цитати експертів
«Бізнес по-українськи за кордоном: як наші сервіс, їжа та алкоголь підкорюють європейські ринки» 03.05.2023	Розширення українських бізнесів за кордоном та їх адаптація до місцевих ринків	1.Рестораторка «Чорноморки» адаптує свій бізнес до місцевих ринків, змінюючи меню та концепцію ресторанів 2. «Монобанк» запускає банківські послуги у Польщі для українців і поляків. 3.«Розетка»розширює інтернет-ритейл на польський ринок. 4.«Нова Пошта»активно розвиває міжнародний бізнес та створює зручні послуги для відправки речей між Україною та ЄС	Цитати героїв
«Фінансувати перемогу: як працює інвестування у військові облігації» 15.05.2023	Інвестування у військові облігації в Україні	1. Залучення коштів громадян і бізнесу на підтримку військових та соціальних потреб держави 2. Забезпечення фінансової стабільності та фінансування в умовах воєнного стану 3. Можливість отримання високої доходності для інвесторів	Цитати експертів, покрокові інструкції в скріншотах
«Що таке екологічні інвестиції та як вони працюють в Україні» 19.06.2023	Екологічні інвестиції та їх роль в зеленому будівництві та охороні довкілля в Україні	1. Звернути увагу на екологізацію як інструмент для зменшення впливу виробництва та споживання товарів на довкілля 2. Інвестувати в «зелені» технології та впроваджувати екологічні інновації для сталого розвитку 3. Підтримувати ініціативи, спрямовані на збереження довкілля	Список корисних рішень
Рубрика «Здоров'я»			
Назва публікації, дата випуску	Тема/Проблема	Рішення	Як оформлюється рішення у тексті
«Повернути собі ресурс: як підтримати себе під час війни» 25.02.2023	Як підтримати себе під час війни та відновити ресурсний стан	1. Складання особистого списку занять і дій, які надають радість та силу	Списки рекомендацій

Продовження табл. А.1

		2. Посилена увага до фізичного самопочуття, 3. Звертання до фахівця, якщо виявляються ознаки депресії, такі 4. Збереження безпеки	
«Психологи, соцпрацівники та спецобладнання: якою має бути реабілітація людей, що отримали травми на війні» 09.03.2023	Проблеми та виклики реабілітації пацієнтів в Україні після поранень та військових дій	1.Інформаційна підтримка пацієнтів щодо лікування та реабілітації 2.Покращення супроводу пацієнтів під час продовження реабілітації 3. Забезпечення доступу до психологічної допомоги 4.Впровадження цифрової системи реабілітації для зберігання медичних даних	Цитати експертів
«Безсоння під час війни: як відновити режим сну» 17.03.2023	Збереження режиму сну під час війни	1. Важливість стеження за факторами якості сну: оточення, харчування та фізична активність. 2.Вправи для розслаблення м'язів перед сном. 3.Контроль споживання кави та чаю. 4.Зручне спальне місце та відпочинок протягом дня. 5. Медитація та релаксаційні 6. Звертання до фахівців у разі тривалого безсоння.	Списки порад та корисних рішень, цитати експерта
«На війні зі стресом: до чого призводять хронічні переживання та як подбати про себе?» 05.04.2023	Вплив стресу на психічне і фізичне здоров'я людини під час війни	1. Не відкладати турботу про себе потім 2. Своєчасно звертатися до фахівців у випадку симптомів психічних захворювань 3. Проводити превентивне обстеження у сімейного лікаря 4. Дбати про збалансований режим сну, фізичну активність, та харчування	Цитати фахівця
«Лікувати. Протезувати. Реабілітувати українців в Україні. Як працює реабілітаційний центр "Незламні" у Львові» 06.04.2023	Реабілітація постраждалих від війни українців	1.Підкреслюється важливість створення спеціалізованих реабілітаційних центрів, таких як "Незламні," для військових з ампутованими кінцівками 2.Підкреслюється важливість індивідуального підходу до реабілітації 3. Рзглядається досвід та підходи інших країн	Цитати героїв, посилання на зарубіжні ініціативи
«Повернути забране війною: як фонд BGV спільно з Естонією допомагає українцям з протезуванням» 09.05.2023	Допомога українцям, які перенесли ампутацію кінцівок під час війни	Запуск проекту, який є спільною ініціатива благодійного фонду BGV та уряду Естонії, що забезпечує пацієнтів: - електронними протезами Genius X3 - процес реабілітації	Цитати героїв

Продовження табл. А.1

Рубрика «Урбан»			
Назва публікації, дата випуску	Тема/Проблема	Рішення	Як оформлюється рішення у тексті
«Наступна станція — Незламності. Як українське метро стало точкою опори країни» 10.01.2023	Роль метро в Україні в умовах війни	Підкреслюється важливість метро як безпечного простору, що надає притулок, освітні та медичні послуги, а також виступає платформою для культурних та благодійних заходів	Цитати героїв
«“Будь ласка, виламайте двері”: як франківчанки евакуювали сотні картин із міст на лінії вогню» 13.02.2023	Евакуація мистецьких творів в Україні під час війни	1. Мистецькі твори завдяки зусиллям митців і кураторів 2. Необхідно створити більш ефективну систему для цього процесу 3. Фінансування на евакуацію може бути здійснене з бюджетів для мистецьких проєктів 4. Звернення уваги на захист мистецьких цінностей під час воєнних конфліктів	Цитати героя
«Одна відбудова — три реєстри руйнувань. Хто збирає дані про пошкодження майно?» 10.03.2023	Проблеми електронної системи управління відбудовою в Україні	Пропонується розвиток і впровадження комплексної електронної системи управління відбудовою в Україні, яка охоплює всі етапи відновлення після війни	Шляхом аналізу та пояснень
«Як міські ради оприлюднюють інформацію про укриття» 19.04.2023	Важливість прилюднення та оновлення інформації про укриття під час війни в Україні	1. Регулярне оновлення міськими радами деталізованої інформації про укриття для населення 2. Створення інтерактивних карти для швидкого доступу до даних про укриття 3. Надавати інформацію про доступні укриття під час тривоги	Інтерактивна карта, аналіз та посилання на подібні ініціативи в інших регіонах, детальна інструкція
«Три рішення для відбудови: які законопроекти розглядає держава і чому вони неоднозначні» 16.05.2023	Відновлення житлового фонду та міст після війни в Україні за допомогою нових законопроектів	Наводяться три законодавчі ініціативи у вигляді проєктів законів та робочої групи з розробки кодексу, проте разом з тим аналізуються недоліки та чому вони так і не були поки що схвалені	Цитати героїв

Продовження табл. А.1

«Потрібні не поспішні, а системні рішення: що треба змінити, щоб укриття стали справді доступними» 03.06.2023	Проблеми доступності та стану укриття цивільного захисту в Україні	1. Зміни в законодавстві 2. Розробка стратегій для цивільного захисту під час воєнного стану 3. Аналіз та оцінка населення 4. Підготовка населення до надзвичайних ситуацій 5. Звернення до служб надзвичайних ситуацій, поліції	Посилання на застосунок, інструкції або кроки, які слід виконати, цитати експертів, законодавчі акти, аналіз ініціатив громад інших регіонів, список рекомендацій,
Рубрика «eРубрика»			
Назва публікації, дата випуску	Тема/Проблема	Рішення	Як оформлюється рішення у тексті
«Створені під час війни: п'ять додатків, які слід встановити українцям» 19.01.2023	Добірка мобільних додатків, які стануть у нагоді під час війни	Реалізовані через розроблені мобільні додатки: 1. TacticMedAid - для навчання та надання медичної допомоги 2. Повітряна тривога для повідомлення громадян про тривогу. 3. Dobre - для перевірки статусу та безпеки рідних 4. MineFree - для визначення замінованих 5. Зрада - для перевірки походження товарів	Цитати героїв, скріншоти додатків, добірка рішень
«Волонтер в окупації: як зробити свій телефон безпечним» 30.01.2023	Захист волонтерів на тимчасово окупованих територіях	1. Максимально обмежити інформацію на телефоні про волонтерську діяльність та особисті дані 2. Використовувати VPN або TOR-браузер 3. Не зберігати контакти волонтерів, активістів або військових під їхніми реальними іменами та 4. Користуватися безкоштовною психологічною, юридичною підтримкою	Списки рекомендацій, посилання на юридичну, психологічну та програму ретриту
«Шахрайства на біді та сотні тисяч добровольців: як Україна тримає удар на кіберфронті» 01.02.2023	Боротьба України з кіберзагрозами під час війни	1. Зміцнення кібербезпеки в Україні завдяки публічно-приватним партнерствам 2. Боротьба з фейками, ботофермами та пропагандою 3. Попередження і припинення інтернет-шахрайства 4. Розвиток цифрової криміналістики 5. Підвищення кібергігієни серед громадян	Цитати експерта

Продовження табл. А.1

«Навчання в умовах війни: ТОП додатків та сайтів для вашої освіти» 08.03.2023	Онлайн-ресурси та додатки для навчання під час війни	<ol style="list-style-type: none"> 1. Використання онлайн-платформ і додатків для навчання в різних предметах 2. Вивчення іноземних мов за допомогою спеціалізованих додатків 3. Використання камера-калькулятора для розв'язання математичних завдань 4. Застосування гейміфікованих методів навчання для покращення знань тощо 	Добірки додатків, ілюстративні скріншоти
«7 секунд від вашого смартфона до мап ППО: як один додаток об'єднує мільйони людей, щоб збивати російські ракети» 03.04.2023	Впровадження важливого військового додатку для підвищення ефективності оборони України.	Підкреслюється ажливість зусиль, які здійснює Україна для розробки і впровадження військового додатку «єППО», що може виявляти загрози, координувати дії, зменшувати використання ресурсів армії тощо	Цитати героя
«Як не віддати сайт ворогу — російські провайдери продовжують працювати в Україні» 27.04.2023	Ризики та небезпеки розміщення веб-сайтів на російських хостинг-провайдерах в Україні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Уникати російських хостинг-провайдерів для збереження безпеки 2. Уважно вибирати провайдерів, вивчаючи їхню репутацію 3. Звертати увагу на фактори, такі як наявність української версії сайту, контактні дані тощо 	Ілюстративні скріншоти, список рекомендацій

ДОДАТОК Б

Власна наукова публікація

Бож'єва А.Д. Поняття і сучасна практика журналістики рішень. Молода наука–2023 : Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених. У 5 т. / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. Т. 1. С. 72-74.

Сучасний період розвитку українського суспільства, яке уже тривалий час протистоїть повномасштабній військовій агресії Російської Федерації, ознаменувався появою нових форм і методів роботи в професійній журналістиці, пошуками спільнотою журналістів нових підходів у подачі матеріалів. Як наслідок, популярності набуває журналістика рішень (англ. «solution journalism»). Цей різновид журналістики активно розвивається у західних країнах та набуває актуальності в Україні.

Перша у світі дисертація з конструктивної журналістики була завершена в Школі журналістики та масових комунікацій при Університеті Північної Кароліни, Чапел-Хілл, у 2015 році Кареном Макінтайром.

Суть та значення терміну «журналістика рішень» розглядали такі українські та закордонні науковці: Дж. Абденур, К. Гільденстед, Н. Дамен, О. Семенець, О. Гондолюк, К. Тієр, Б. Уелт та ін.

Так, Н. Дамен визначає поняття «журналістика рішень» як підхід, що ґрунтується на фактичних даних, які охоплюють конкретні відповіді на соціальні проблеми [1]

І дійсно, журналістика рішень направлена на пошук усіх можливих варіантів вирішення тієї чи іншої ситуації та на зменшення негативу в новинах та статтях. Саме це і є головним чинником того, що журналістика рішень популярна і що фахівці хочуть її використовувати.

Окрім того, в нинішній час як ніколи раніше можна прослідкувати те, що аудиторія свідомо все частіше намагається ізолюватися від новинного контенту, бо він виснажує, може лишати негативний шлейф та посилювати відчуття тривоги.

Так, О. Семенець відзначає, що журналістика рішень передбачає відхід від сенсаційності, від нагнітання негативу та роздмухування конфліктів і направлений на забезпечення максимально повного інформаційного контексту повідомлень, щоб освічений і вдумливий читач зміг сформувати об'єктивну картину дійсності та знайти рішення [4]

Тому, саме журналістика рішень з її концентрацією уваги на рішеннях може бути альтернативою, змінити кут зору, тим самим надихнувши аудиторію на кроки, які сприяли б покращенню ситуації, на противагу її ескалації. І не важливо, ця ситуація стосується політики, екології, економіки, проблем насилля або безпритульних тварин.

Але водночас журналіст не відображає свою думку, не займається розв'язанням проблеми. Він лише інформує суспільство про те, які існують шляхи для подолання проблемної ситуації.

Слід звернути увагу на те, що подання винятково позитивних новин та приховування правдивої інформації не є метою журналістики рішень. Вона покликана збалансувати проблему (негатив), такими інструментами (позитивом):

- наданням відповіді на запитання «Як?», яка розкриває проблему;
- наведенням інноваційного вирішення проблеми, орієнтацією на цільову аудиторію, яка могла б повторити це рішення;
- наведенням прикладу позитивних історій, які не матимуть ознак джінси;
- наведенням очевидних доказів щодо ефективності чи неефективності певного рішення [2].

Із вище зазначеного чітко бачимо, що зміна акцентів з негативу на позитив не робить цю медіапрактику упередженою. Вона все одно може точно, репрезентивно та всебічно висвітлювати новини.

Говорячи про конкретні приклади в сучасній практиці української журналістики, ми вважаємо доречним згадати про таке медіа як «Рубрика». Воно позиціонує себе як «медіа рішень» і втілює в собі загальну концепцію реалізації методів журналістики рішень ще за часів до повномасштабного вторгнення і під час війни зокрема. Їм «важливо показати інший шлях і для читачів, і для інших медіа – що варто зосереджуватися не лише на проблемах, аї цілеспрямовано шукати рішення» [3]. Медіа транслює, що зараз, під час повномасштабної війни, журналістика рішень допомагає. Вони обирають шлях створення хороших новин, «розповідати про рішення, які вже працюють, абищ більше людей мали змоги примірити цей досвід на себе та поширити позитивну практику. Або ж – вирішити нагальне для себе питання тут і зараз»[3]. В нинішніх умовах медіа як ніхто інший може допомагати людям, яким необхідні реалістичні та перевірені варіанти подолання нових викликів.

Література

1. Dahmen N. S., Thier K, Walth B. Creating engagement with solutions visuals: testing the effects of problem-oriented versus solution-oriented photojournalism. *Visual Communication*. 2019. Vol. 20, Issue 2, P. 271-288. URL: <https://doi.org/10.1177/1470357219838>.
2. Журналістика рішень: Стипендії на історії зі Сходу та Півдня України. *Інтерньюз-Україна*. 31 березня 2020. URL: <https://internews.ua/opportunity/programa-stipendij-zhurnalistika-rishen> (дата звернення: 2.04.2023).
3. Рубрика – медіа корисних рішень. *Рубрика. Медіа рішень*. URL: <https://rubryka.com/about> (дата звернення: 2.04.2023).

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача освітнього ступеня магістра
ЗНУ**

Я, Бож'єва Анастасія Дмитрівна, студентка 2 курсу, заочної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти bozhievaanastasia@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Журналістика миру і рішень: світовий досвід і українська практика» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата Підпис Бож'єва А.Д.

Дата Підпис Сіріньок-Долгарьова К.Г.