


Міністерство освіти і науки України  
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»  
Науково-навчальний інститут філології та журналістики  
Кафедра журналістики

**Ізотова Ольга Василівна**

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ В УКРАЇНІ  
(НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «ПОЛТАВЩИНА»)**

**Кваліфікаційна робота  
здобувачки вищої освіти другого (магістерського) рівня  
освітньої програми «Журналістика»  
за спеціальністю 061 «Журналістика»**

Особистий підпис \_\_\_\_\_  О.В. Ізотова

Науковий керівник \_  кандидат філологічних наук,  
доцент  
О. Л. Кравченко

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  кандидат наук із соціальних  
комунікацій, доцент  
О. С. Куцевська

Полтава – 2024

## ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретико-методологічні аспекти дослідження регіональних ЗМІ.....	7
1.1. Стан вивчення.....	7
1.2. Методи дослідження.....	21
1.3. Регіональні медіа як наукова проблема.....	23
Висновки до розділу 1.....	29
Розділ 2. Інтернет-видання «Полтавщина» як провідне медіа регіону.....	30
2.1. Історія становлення онлайн-видання.....	30
2.2. Архітектура й контент сайту.....	35
2.3. Специфіка комунікації з аудиторією.....	42
Висновки до розділу 2.....	51
Розділ 3. Тематичні обрії регіонального медіа в умовах воєнного стану.....	52
3.1. Особливості висвітлення російсько-української війни.....	52
3.2. Розкриття проблеми корупції в органах місцевого самоврядування та місцевих органах виконавчої влади.....	60
Висновки до розділу 3.....	76
Висновки.....	77
Список використаних джерел.....	79

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** За останні 20 років в Україні інтернет-видання майже витіснили друковану пресу з інформаційного простору. Це зумовлено розвитком сучасних технологій та доступності мережі Інтернет для громадян. На відміну від газет та журналів, онлайн-медіа мають можливість упродовж дня оновлювати свої стрічки новин інформаційними приводами, при цьому друкована преса обмежена певною кількістю тиражу. Тому за відсутності оперативності у висвітленні інформації періодичні друковані видання не витримують конкуренції з інформаційними інтернет-ресурсами: їхні користувачі можуть дізнаватися нові новини щогодини та у вільному доступі.

Важливою складовою популярності онлайн-медіа серед громадян є безкоштовне отримання інформації, на відміну від газет. Однак деякі науковці зауважують, що періодична преса лишається актуальною для людей пенсійного віку: «Поки що мережі не можуть замінити місцеву періодику для людей старшого та середнього віку. Населення малих міст і сіл, як і раніше, сприймає місцеву газету як обов'язковий інституційний атрибут» [79, с. 109].

Прогрес у створенні й підтримці інформаційних ресурсів у мережі Інтернет та їх доступність для пересічних громадян зумовили також швидкий розвиток регіональних онлайн-медіа. За обсягом щоденної інформації локальні інтернет-видання можуть конкурувати із загальнонаціональними, при цьому мають меншу кількість аудиторії. Це наслідок того, що головною відмінністю місцевих медіа є їх зосередженість на подіях, що відбуваються в конкретній області, районі, місті.

**Мета роботи** – системно дослідити особливості сучасних українських регіональних засобів масової інформації на прикладі провідного інтернет-видання Полтавського краю «Полтавщина».

Досягнення поставленої мети передбачає виконання низки **завдань**:

– з'ясувати поняття «регіональна преса», «локальні видання», «гіперлокальні видання», визначити типологічні особливості такого виду видань;

– описати історію становлення інтернет-видання «Полтавщина»;

– проаналізувати архітектуру й контент сайту;

– з'ясувати специфіку комунікації з аудиторією;

– вивчити особливості висвітлення російсько-української війни в матеріалах «Полтавщини»;

– висвітлити характерні риси розкриття проблеми корупції в органах місцевого самоврядування та місцевих органах виконавчої влади;

– визначити роль інтернет-видання «Полтавщина» у формуванні громадянського суспільства, локальної ідентичності полтавців.

**Об'єкт дослідження** – регіональне інтернет-видання «Полтавщина», сторінки медіа в соціальних мережах.

**Предметом** виступають закономірності розвитку та функціонування українських регіональних видань у системі журналістського процесу, зокрема роль і значення в суспільному житті Полтавського краю інтернет-видання «Полтавщина», методи впливу видання на соціальну свідомість, формування громадянського суспільства, а також архітектонічні й тематичні особливості цього медіа.

**Теоретико-методологічна база.** Відповідно до обраних аспектів дослідження в магістерській роботі використано наукові праці Л. Змій, С. Кандюк-Лебідь, Й. Кемпи-Ментрак, Д. Котляр, І. Луцюк, І. Марушкіної, С. Матвієнків, Ю. Нестеряк, Ю. Полежаєва, Л. Русинко-Бомбик, А. Русиняка, І. Танчина, В. Тарасюк, у яких розкриваються типологічні особливості, функції, значення регіональних видань, їхні позитивні риси й недоліки. Дослідження полтавських засобів масової інформації репрезентовані розвідками А. Литвиненко, О. Лук'яненка, Є. Подобної, Т. Пустовіта, С. Семенко, Н. Сидоренко, О. Сидоренком, М. Степаненка, О. Стогова, М. Тимошика, В. Хміль-Чуприни, О. Шкільної, Р. Шрамко та ін. У наукових

працях найбільш представлений історичний аспект ЗМІ регіону. Розвідки Н. Алексеєнко, Л. Бутко, Р. Кантемірової, О. Лук'яненко, М. Степаненка, С. Семенко, В. Хміль-Чуприни, Р. Шрамко сконцентровані на вивченні сучасного стану полтавської періодики. Аналіз власне інтернет-видання «Полтавщина» представлені статтями В. Хміль-Чуприни та Р. Шрамко.

У магістерській роботі використані наступні **методи**: метод добору й систематизації інформації, метод аналізу документальної інформації, термінологічний і описовий методи, типологічний аналіз, частково історичний метод, метод інтерв'ювання.

**Новизна** наукової роботи полягає в тому, що вперше в українському журналістикознавстві системно розглядається історія виникнення, становлення інтернет-видання «Полтавщина», аналізується архітектонічні особливості сайту видання, з'ясовується специфіка комунікації редакційного колективу з аудиторією. Уперше вивчено тематичні обрії регіонального медіа в умовах воєнного стану, зокрема особливості висвітлення російсько-української війни й проблеми корупції в органах місцевого самоврядування та місцевих органах виконавчої влади.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що в науковому дослідженні на базі вивчених матеріалів отримано розгорнуті фактичні дані, що характеризують розвиток регіональної преси, проаналізоване інтернет-видання допоможе краще визначити роль місцевих періодичних видань у згуртуванні читачів навколо спільних цінностей, зокрема демократичних. Результати дослідження можуть бути використані під час викладання таких курсів, як «Історія української журналістики», «Журналістський фах», «Регіональна журналістика», «Інтернет-журналістика», спецкурсів і спецсемініарів у закладах вищої освіти, при написанні курсових, дипломних і магістерських робіт.

**Структура дослідження.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, який налічує 86 позицій.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення роботи були викладені в науковій статті «Активізація читацької аудиторії в інформаційному процесі як характерна риса сучасної регіональної журналістики (на прикладі інтернет-видання “Полтавщина”)), яка увійшла до збірника матеріалів круглого столу в межах II Міжнародної науково-практичної конференції «Антиколоніальний дискурс у сучасному науково-медійному просторі України як передумова реінтеграції Криму» (Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 19 жовтня 2023 р., м. Київ).

# РОЗДІЛ 1

## КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ РЕГІОНАЛЬНОГО ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ ЯК НАУКОВА ПРОБЛЕМА

### 1.1. Стан вивчення

Історіографія дослідження регіональних медіа та їх комунікативних аспектів має на меті посилити актуальність нашої наукової роботи. Відповідно до завдань дослідження опрацьовані джерела ми згрупували таким чином:

- 1) наукова література, в якій вивчено сучасний стан і охарактеризовано специфіку регіональних видань;
- 2) розвідки, об'єктом вивчення яких стали періодичні видання Полтавщини.

До першої групи розвідок ми віднесли дослідження сучасних українських і закордонних журналістикознавців Р. Вербового, Й. Кемпи-Ментрак, Д. Котляр, І. Луцюк, С. Матвієнків, Ю. Нестеряк, Ю. Полежаєва, Л. Русинко-Бомбик, А. Русиняка, В. Тарасюк та ін. У них предметами аналізу виступають типологічні особливості, функції, значення регіональних видань, їхні позитивні риси й недоліки. Усі дослідники зосереджуються на двох протилежних тенденціях у спрямуванні цього виду видань – об'єднавчій функції й регіоналізації. Скажімо, Ю. Полежаєв, досліджуючи роль місцевих краєзнавчих і тревел-журналістів у формуванні внутрішнього позитивного іміджу країни, наголошував, що «регіональна преса, телебачення й радіо є саме тим механізмом, який дасть змогу актуалізувати національну самосвідомість і стане потужним поштовхом до розвитку регіону як території зі своїми традиціями, духовними коренями, соціальними, суспільними законами, створить потужний політичний та економічний потенціал» [39, с. 102].

І. Луцюк у статті «Регіональні ЗМІ у медіазнавчому дискурсі» зазначила, що місцева преса може і актуалізувати національну свідомість, і сприяти появі антинаціональних настроїв: «Інформаційна політика регіональних видань може працювати як на зближення, так і на відокремлення окремих частин території» [31, с. 65]. У роботі авторка розкрила проблеми становлення в науковій площині термінів «регіон», «регіональний» і «регіональні ЗМІ», децентралізації медій, типологізації видань за територіальною ознакою.

С. Матвієнків дослідила регіональні ЗМІ як важливий інститут громадянського суспільства. Головну увагу дослідник зосередив на виокремленні й характеристиці функцій і завдань сучасних місцевих медіа, їхньому впливу на населення, зокрема на формуванні локальної ідентичності: «Першочерговими завданнями регіональних ЗМІ є: формування образу Малої Вітчизни та інтеграція місцевої громади у загальнонаціональну структуру; збереження культурної, історичної самобутності регіону; протистояння культурному імперіалізму та глобалізації; утвердження єдиних для усієї держави та нації цінностей; охорона демократії, зближення громади і влади (дати людям відчуття впливу на тих, кого вони обрали); відстоювання перед владою потреб аудиторії» [34]. Науковець наголосив на необхідності вільної та незалежної місцевої преси як обов'язкового чинника формування громадянського суспільства. У цьому аспекті важливого значення набуває об'єднувальне значення регіональних періодичних видань: попри соціально-культурну специфіку, загрозу потенційного регіоналізму, цей вид видань покликаний згуртувати читачів навколо спільних цінностей, зокрема демократичних, оскільки виконує роль їх оборонця на найнижчому рівні – контролює підзвітну громаді владу.

Глибшому розумінню функцій регіональних ЗМІ сприяло дослідження польської науковиці Й. Кемпи-Ментрак «Роль ЗМІ у місцевій громаді», у якому авторка детально охарактеризувала пізнавальну функцію, функцію

переконання, функцію контролю, функцію мотивації, функцію інтеграції, функцію соціалізації й функцію розваги [84].

Типологічному аспекту регіональної преси присвятила свою наукову працю Д. Котляр. У статті «Типологічні особливості сучасної преси та проблеми розвитку регіональних ЗМІ» вона, як і С. Матвієнків, підкреслила такі характерні риси місцевих медіа, як: вагомий засіб становлення й розвитку локальної ідентичності, можливість вибудовування зв'язку загальносуспільного розвою з цією ідентичністю, врахування культурних надбань мешканців конкретного регіону, формування патріотичного почуття щодо малої батьківщини, витворення комунікативного поля між місцевими жителями: «Перебуваючи в тісному контакті з мешканцями регіону, регіональні засоби масової інформації володіють найактуальнішою інформацією щодо їхніх проблем та потреб. Детально висвітлюючи місцеву інформацію, регіональні ЗМІ впливають на відчуття належності до міста (регіону), на відчуття належної ідентичності. Оскільки аудиторії легше отримувати підтвердження інформації, дізнаючись про неї з локальних засобів масової інформації, регіональні ЗМІ мають змогу встановлювати швидкий і досить щільний зворотній зв'язок з аудиторією» [22, с. 109].

У статті «Регіональні ЗМІ у процесі демократичних перетворень в Україні: специфіка та проблемний вимір» А. Русиняк навів суттєві відмінності між загальноукраїнськими й регіональними медіа. На думку дослідника, перед останніми стоїть низка проблем, від розв'язання яких залежить їхнє існування, зокрема йдеться про проблеми, пов'язані з нестачею ресурсів, про технологічне відставання, залежність від місцевого олігархату. Автор дослідження констатує позитивні тенденції в цьому сегменті засобів масової інформації – пріоритетність аналітичного матеріалу, налагодження технологічного процесу, створення та поширення системи контенту через соціальні мережі Facebook, YouTube, Telegram, запуск конвергентних платформ для діалогу і дискусій громади та влади, спільної реалізації грантових проєктів, створення спільного простору друкованих ЗМІ на рівні

району. Серед негативних тенденцій науковець називає «орієнтацію регіональних ЗМІ на новинний контент загальнонаціонального масштабу, дублювання регіональними ЗМІ та їхніми інтернет-виданнями інформації національних медіа, низьку якість контенту, інертність співробітників місцевих ЗМІ; недовіру населення до регіональних видань; ігнорування місцевої проблематики і суспільно-політичної ситуації в країні» [54, с. 55], лояльність до місцевої влади, наявність замовних статей, політична заангажованість, нездатність задовольнити потреби мешканців в оперативному поданні інформації. Подолання перелічених недоліків буде ефективним завдяки вдосконаленню інформаційного законодавства, розробленню якісного контенту, утілення програми щодо об'єднання соціуму та підвищення значення його цінностей.

Вивченню умов, необхідних для якісної роботи регіональних засобів масової інформації, їхньої ролі в збереженні історичної свідомості та формуванні образу Малої Вітчизни присвячена наукова праця І. Луцюк «Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми». На думку дослідниці, регіональні ЗМІ є елементом культури громадського суспільства та відповідають за розвій колективного мислення. Науковиця зазначила, що одним з головних компонентів колективного мислення є історична свідомість, формування і збереження якої є одним із завдань регіональних ЗМІ: «Саме вони б мали створювати медіапродукцію (фільми, музику, програми) на місцях. Це завдання, з одного боку, – спрощує, з іншого – ускладнює активний розвиток Інтернет-комунікації. Інформація, що ще кілька років тому була доступна лише в локальному чи сублокальному середовищі, сьогодні легко за кілька хвилин може вийти в загальноукраїнський комунікаційний простір. Інтернет поступово змінює усі попередні розуміння функцій місцевих ЗМІ. Поняття місцевий поступово втрачає означення «обмежений» [32, с. 153].

Окреслена І. Луцюк проблематика пов'язана з оперативною роботою регіональних онлайн-медіа, які мають свою інтернет-мережу, адже

резонансна інформація про місцеву подію може викликати такий же суспільний резонанс на загальнодержавному рівні. У таких випадках новина, опублікована в місцевому інтернет-виданні, швидко поширюється на загальнонаціональну аудиторію.

Важливим для нашого дослідження стала розвідка С. Матвієнків «Регіональні медіа: дефініція поняття та особливості функціонування в умовах російсько-української війни 2022 року». У ній авторка проаналізувала характерні риси діяльності місцевих медіа під час повномасштабного вторгнення. Вона наголосила, що, попри такі проблеми, як редакційна незалежність, кадрове й технічне забезпечення, регіональні ЗМІ «змогли гідно відповісти на воєнну агресію з боку росії. Незважаючи на складні умови, на початок війни, журналісти більшості видань продовжили працювати. Особливо це стосується інтернет-журналістів, які в деяких регіонах навіть збільшили кількість повідомлень на стрічці, щоб читачі отримували якомога повну картину подій. Газетярі лише частково припинили роботу, більшість продовжила інформувати своїх читачів через соціальні мережі або ж через власні сайти. Видання допомагають читачам подолати панічні настрої, здебільшого надають перевірену інформацію, вчать боротися з фейками» [35]. Місцеві періодичні видання прагнуть тематичного розмаїття, тобто офіційні повідомлення перестали бути домінантою контенту, медійники зосередилися на висвітленні діяльності волонтерів, забезпечення тероборони, допомоги біженцям, роблять репортажі з місця подій та ін., що свідчить про стійкість регіональної періодики і їхню рішучість дбати про державні інтереси й зацікавлення їхньої аудиторії.

Сучасним тенденціям формування контенту регіональних засобів масової комунікації присвячена також праця І. Каліни та О. Даниліної «Функціонування регіональних засобів масової інформації в небезпечних та карантинних умовах». Авторки дослідження виявили такі проблеми професійної діяльності місцевої періодики, як: нерозгорнутість тем у зв'язку з конфліктами інтересів через родинні зв'язки й обізнаність у місті

функціонування медіа, замовні теми в ефірному просторі у наслідок відсторонення від справ чи переходу бізнесу до інших власників, переважання інформативних матеріалів, а не з ексклюзивних тем, на що безпосередньо впливає регіон, його розмір, густота населення та розвитку, вузькість тематичного наповнення й жанрових різновидів, переважання у складі редакційного колективу позаштатних працівників унаслідок обмеженого фінансування, недосвідченість медійників. Перелічені недоліки підсилюються небезпечними й карантинними умовами. Дослідниці переконані, що «врахувавши певну невизначеність умов через безпекові заходи, нетипове соціально-політичне та економічне становище, місцеві медіа, які прагнуть залишитись на ринку, мають знайти й впровадити в життя нові форми роботи з цільовою аудиторією, нові джерела фінансування або оптимізувати наявні ресурси, нові методи роботи журналістів, а також знайти зв'язок власного регіону з іншими заради творення спільного національного дискурсу» [18, с. 67].

Актуальною проблемою регіональних медіа є використання висловлювань, здатних розпалити ненависть на релігійному, національному та ін. ґрунті, викликати неповагу, що загалом дестабілізує суспільство. На цю проблему звернули увагу О. Браїлян, Л. Русинко-Бомбик і В. Тарасюк. Вони дослідити мову ворожнечі як проблему в місцевих медіа, охарактеризували ситуації, у яких журналіст може застосувати мову нетерпимості, запропонували шляхи запобігання її появі в регіональних ЗМІ. Серед останніх дослідниці зазначили підвищення рівня медіаграмотності майбутніх медійників, журналістів-практиків, громадськості шляхом інформування про багатоаспектність явища мови ворожнечі, способів її розпізнавання та уникнення; моніторинг висловлювань ворожнечі; саморегуляція журналістів: «Важливо встановлювати мінімальні принципи й неухильно їх дотримуватися. Загалом ніякими штрафами й заборонами мову ненависті не викоринити, хоч і такі механізми в результаті дискусійного обговорення в суспільстві, очевидно, потрібно впроваджувати. Головний же шлях

до мінімізації вищеназваного явища – освіта, самоосвіта, роз'яснення. Важливо в пресі поширювати позитивні приклади про представників тих соціальних груп і національностей, які постійно стають об'єктом мови ворожнечі» [68, с. 201].

Специфіка різних типів регіональних нових медіа за структурою інформаційного продукту, співвідношенням масштабу та якості інформації стали предметом наукового дослідження І. Марушкіної й І. Танчина у статті «Регіональні ЗМІ в епоху нових медіа». Автори запропонували типологізувати регіональні інтернет-видання на прикладі ЗМІ Львова, вони поділили їх два підтипи – загальнонаціональні з чіткою регіональною складовою та суто регіональні. Аналіз медіа кожного виду дозволив виявити їхні переваги й недоліки, а також окреслити спільну рису – тенденцію до розвитку, прагнення до збереження ознак регіональної й локальної ідентичності. Науковці спрогнозували шляхи розвитку обох типів періодичних видань, зокрема для загальнонаціональних проєктів з регіональною складовою подальші кроки дослідники пов'язують «із пошуком балансу їхньої тематичної структури, вирішенням проблеми масштабування інформації, а також підвищення ексклюзивності контенту. Щодо останнього, то це сьогодні є однією з головних вимог Web.2.0. Гонитва за кількістю відвідувань перестала бути актуальною, сьогодні головним трендом інтернет-спільноти є творення ексклюзивного контенту, на це починає все більше зважати й бізнес, тобто реклама» [33, с. 506–507]. Натомість для суто регіональних інтернет-проєктів «залишається ще не вичерпаною можливість розвитку “вглиб” регіону. Райони, маленькі містечка і села Львівщини все ще недостатньо представлені у віртуальному просторі, а інформація про життя в них, як правило, потрапляє до широкої аудиторії з вторинних джерел» [33, с. 507].

Проблема типологізації регіональних інтернет-медіа входить у коло наукових інтересів С. Кандюк-Лебідь. У статті «Проблеми типиформування регіональних інтернет-ЗМІ в сучасному світі» в основу типології інтернет-

ЗМІ дослідниця пропонує покласти мультимедійність, інтерактивність і гіпертекстуальність, що дозволяє їй зробити висновок про те, що «для типологічної характеристики Інтернет-медіа, істотним є нечітке визначення цілей видань, поєднання в їх діяльності не тільки журналістської, а й рекламної і PR-діяльності. Вони є професійними ресурсами, що розміщують інформаційно-аналітичні матеріали, розраховані на широку читацьку аудиторію. Інтерактивність на цих ресурсах забезпечена можливістю коментування матеріалів, наявністю опитувань, голосувань та певних інтерактивних проєктів. Конвергентність контенту в досліджених онлайн-виданнях репрезентована мультимедійними форматами, як-от: слайд-шоу, відеопідкастами, інтегруванням текстової й фотоінформації» [19].

У науковій літературі регіональні інформаційні інтернет-ресурси подекуди ототожнюються з гіперлокальними, виникнення яких наразі вважається однією з конструктивних ознак медіасередовища. Такі онлайн-видання зосереджені на меншій території – це міста чи районні центри, селища, села або певний мікрорайон великого міста. Тож гіперлокальні інтернет-ресурси можуть задовольняти інформаційні потреби спільнот відносно невеликої території. Як зазначив дослідник такого виду періодичних видань Р. Вербовий, читачі гіперлокальних засобів комунікації об'єднані локальною ознакою, беруть участь у створенні, публікуванні та поширенні контенту медіа. Їхня активність пояснюється тим, що вони може виступати учасниками чи свідками подій, що висвітлюються в гіперлокальному медіа. Щодо загальної характеристики розвитку цього напрямку української журналістики дослідник зауважив: «Наразі важко говорити про наявність ринку гіперлокальних медіа в Україні. Однак, наявність ряду новаторських проєктів, аналіз комунікаційного середовища й загальні тенденції до демасифікації та локалізації контенту дають змогу допустити можливість його становлення в близькому майбутньому» [4, с. 76].

У статті «Гіперлокальні медіа: перспективи для України» Ю. Нестеряк зазначає, що локальні медіа відіграють важливу роль у суспільному житті,

виконуючи дві головні функції – інформаційну й емоційну: «Інформаційна полягає у забезпеченні інформаційних потреб (що відбувається, де і коли), а емоційна дає громадянам можливість відчутти себе належним до однієї (місцевої) спільноти. Завдяки місцевим ЗМІ громадяни відчувають свою причетність до громади, в якій проживають» [37, с. 131]. Дослідник указує, що важливим чинником у розбудові гіперлокальних інформаційних джерел є можливість розміщення на безкоштовних цифрових платформах, що зменшує фінансові витрати на виробництво новин. Засновниками таких медіа можуть бути громадяни без журналістського досвіду, але з бажанням та часом створювати інформаційний контент. Прибутковість гіперлокального медіа можлива завдяки рекламі – як локального, так і регіонального рівня. До переваг гіперлокальних проєктів Ю. Нестеряк відносить «можливість поєднувати мережевий і друкований варіанти, врахування індивідуальних потреб споживачів, залучення аудиторії до виробництва контенту, збільшення привабливості медіа для місцевих рекламодавців, а отже, збільшення надходжень від реклами, профільне інформування аудиторії, зменшення вартості виробництва тощо» [37, с.133 ].

Друга група наукових робіт представлена розвідками А. Литвиненко, О. Лук'яненка, Є. Подобної, Т. Пустовіта, С. Семенко, Н. Сидоренко, О. Сидоренком, М. Степаненка, О. Стогова, М. Тимошика, В. Хміль-Чуприни, О. Школьної, Р. Шрамко та ін. Найбільш вивченою постає історія становлення полтавської періодики, зокрема в цьому аспекті дослідження можна назвати таких науковців і їхні праці, як: О. Гура, М. Гура «Газетна періодика Полтавської губернії як джерело історії доби Української Центральної Ради (1917 – 1918 рр.)», Є. Подобна «Контент періодичних видань Полтавської губернії (1838 – 1917 рр.)», М. Степаненко «Історія “Рідного краю” на сторінках енциклопедії «Полтавіка», С. Семенко «Журнал “Рідний край” і літературний процес початку ХХ століття», В. Пащенко «Світовий контекст на сторінках “Рідного краю” 1906 р.», Т. Пустовіт «Архівні джерела про видавців лубенського часопису “Хлібороб” (1905 –

1908)», «Видавці лубенського часопису “Хлібороб” у світлі архівних документів», А. Литвиненко «Культурно-мистецьке життя Полтавщини середини ХІХ – початку ХХ ст. у дзеркалі періодики», «Українська регіоналістика в періодиці та архівних джерелах (на прикладі Полтавщини кінця ХІХ– початку ХХ століть)», І. Стогов «Періодичні видання Полтави та Полтавської губернії (1838 – 1917 рр.)», В. Яременко «Періодика рейхскомісаріату “Україна” як засіб впливу на свідомість населення окупованих територій», Н. Сидоренко, О. Сидоренко, О. Школьна «Періодичні видання Полтавської губернії (1838 – 1917)», В. Волосков «Координати часу: краєзнавчі етюди полтавського краю», М. Тимошик «Часопис “Хлібороб” у контексті історії цензурних заборон українського друкованого слова», С. Семенко «“Рідний край” (1905–1916) – перший легальний друкований орган національної періодики Наддніпрянської України», О. Дроздова «Видавнича та просвітницька діяльність освітніх осередків Полтавщини другої половини ХІХ – початку ХХ століття», В. Шевчук «Невтомний порадник вчителя (Микола Дмитрієв)», О. Школьна «Висвітлення українського питання в російськомовних часописах Полтавщини початку ХХ століття» та інші.

Дослідженням сучасної полтавської періодики займалися Н. Алексеєнко, Л. Бутко, Р. Кантемірова, О. Лук’яненко, М. Степаненко, С. Семенко, В. Хміль-Чуприна, Р. Шрамко. Так, М. Степаненко присвятив свої наукові пошуки літературно-мистецькій періодиці Полтавської області. В енциклопедичному виданні «Літературно-мистецька Полтавщина» подано статті про функціонування та жанрово-тематичне наповнення часописів такого спрямування [65]. Окремі статті дослідника присвячені інформаційно-політичним, громадсько-політичним часописам (наприклад [66]).

У монографічному виданні «Текст у масових комунікаціях: множинність інтерпретацій» С. Семенко присвятила розділ літературно-художнім виданням Полтавського краю – журналам «Криниця», «Добромисл», «Журавлик», «Діє-слово», газеті «Полтавочка». Науковиця

вивчила й узагальнила специфіку редакційної політики й жанрово-тематичне наповнення цих часописів, окреслила їхні інформаційну, репрезентативну, естетичну й етнозахисну функції, наголосивши, що «журнали відіграли важливу роль у формуванні національних ідеалів, поверненні історичної пам'яті» [56, с. 58]. Діяльність редакцій аналізованих видань сприяла відновленню втрачених державницьких традицій, пропагуванню української національної ідеї: «Реалізуючи естетичні й етнозахисну функції, “Криниця” і “Добромисл” словом і ділом потверджували славу Полтави як духовної столиці України. Подвижницька діяльність членів редакційних комітетів сприяли формуванню в полтавців національного мислення, презентації художніх творів та публіцистики важливого світоглядного звучання. У дитячих виданнях Полтавщини “Полтавочка”, “Журавлик”, “Діє-слово” було дотримано кращих традицій вітчизняної журналістики, здійснювалася високопрофесійна подача матеріалу для цільової аудиторії – дітей та підлітків» [56, с. 58–59].

Дослідженню нових підходів до використання старих технологій завоювання «популярності» політиками присвячена праця О. Лук'яненка «Коловорот виборчих технологій: досвід Полтавщини». У ній на основі контент-аналізу матеріалів полтавського часопису «Зоря Полтавщини» автор виділив рівні впливу на населення області: «1) створення необхідного образу кандидата під час зустрічей із громадськістю; 2) спеціально організований тиск на професійні, етнічні та інші об'єднання громадян; 3) організація масових акцій; 4) залучення діячів культури та мистецтва на формування електоральних уподобань; 5) використання духовно-почуттєвої сфери виборців» [30]. На прикладі президентської кампанії 2004 р. цей же автор дослідив, як за допомогою регіональної преси, яка найбільше наближена до електорату, можна маніпулювати думкою виборців. Попри неоднозначність роздумів науковця, його висновки щодо розвитку регіональних медіа цілком аргументовані: «Української держави доволі яскраво видно й динаміку “вивільнення” інформаційних ресурсів з-під крила адміністративно-

бюрократичної цензури. Цей процес є пропорційний зменшенню згадок “доленосних” та “суспільно значущих” кроків уряду В. Януковича у порівнянні з вересневими номерами газети. <...> Інформація подавалася мешканцям Полтавщини у форматі прямої мови з урахуванням багатополарності думок, що давало простір до формування читачами власної оцінки коментарів народних обранців» [29].

Н. Алексеєнко і Р. Кантемірова в праці «Розвиток друкованої періодики Кременчука» зосередили увагу на історії й сучасному стані місцевих друкованих засобів масової комунікації та особливостях їх розвитку. На Проаналізувавши видання «АVтограф», «Вісник Кременчука», «Кременчуцька Панорама», «Кременчуцький ТелеграфЪ», «Кремінь», «Для дому і сім'ї», «Нерухомість», «Будматеріали», «Робота», «Послуги», «Авто» та ін., автори виділили такі тенденції розвитку періодики Кременчука: розвиток газетних видань приватної форми власності, який відбувається завдяки економічним змінам, занепад бюджетних видань, пов'язаний з недостатнім їх фінансуванням, негнучка редакційна політика, виникнення газетних видань, спрямованих на спеціальну аудиторію [1]. До негативних рис системи міських друкованих медіа віднесли «однотипність видань, що призводить, з одного боку, до зайвої конкуренції, а з іншого – до неохоплення певних сегментів читацького ринку» [1, с. 229].

Аналізу нового газетного видання «Кременчуцька газета» в медіапросторі Кременчука присвячена розвідка Л. Бутко і В. Хміль-Чуприни. Поставивши за мету з'ясувати причини виникнення газети, розглянути її специфіку, простежити особливості формування творчого колективу, автори назвали лише одну позитивну рису часопису – «непоганий дизайн», натомість більше зупинилися на недоліках газети, головними з яких є «відвертий замовний характер матеріалів», «тематична незбалансованість», «низька кваліфікація журналістів, що позначається на якості публікацій і загальній культурі видання», «відсутність власного виняткового стилю у більшості публікацій», «прив'язка до кон'юнктурної тематики» [3, с. 235–

236]. Чималу кількість суттєвих недоліків видання науковці пояснюють його політичною заангажованістю, оскільки газета від самого початку замислювалася як виразник певної політичної сили, опозиційної до влади, на що виділялися кошти.

Дотримання редакціями вимог забезпечення гендерної рівності та протидії дискримінації стало предметом вивчення С. Семенко, якій удалося проаналізувати проблему дотримання гендерного балансу в публікаціях газет «Вечірня Полтава», «Зоря Полтавщини», «Полтавський вісник», «Полтавська думка», інтернет-видань «Kolo news», «Новини Полтавщини», «Зміст», дослідити співвідношення чоловіків і жінок, представлених на сторінках цих медіа. На жаль, видання «Полтавщина» не потрапило в орбіту зацікавлень дослідниці. Попри це, слушними є висновки науковиці про важливість ролі регіональних засобів масової комунікації в забезпеченні гендерної рівності і протидії будь-якій дискримінації. Для реалізації цієї функції, на думку С. Семенко, «журналісти полтавських медіа повинні систематично висвітлювати найбільш важливі питання питоми для гендерно чутливої журналістики: протидія гендерній дискримінації у всіх її проявах, соціальна реалізація жінки в українському суспільстві. Сьогодні на регіональні медіа покладена велика відповідальність: налагодження суспільного діалогу, підвищенню рівня громадської обізнаності та освіченості жителів Полтавщини про небезпеку використання гендерної тематики як інструменту гібридної агресії, дестабілізаційних процесів в українському суспільстві» [57, с. 190]. Більш ґрунтовне дослідження застосування гендерного підходу в регіональних ЗМІ бачимо в іншій науковій праці цієї ж дослідниці. У ній науковиця висвітлила питання гендерної політики регіональних медіа в контексті прав людини, охарактеризували особливості представлення гендерної проблематики в полтавських періодичних друкованих і онлайн-виданнях, навівши вдалі й невдалі приклади, описала результативні стратегії упровадження гендерної політики ЗМІ Полтавського краю. Для нашого дослідження важливими були результати моніторингу,

проведеного у квітні 2021 р., щодо кількісного представлення в періодиці чоловіків і жінок у ролі експертів і експерток (тобто тих, кого цитують, хто коментує), та в ролі героїв і героїнь (тобто тих, про кого пишуть, згадують, але не надають слова). Спостереження показало, що на шпальтах полтавських інтернет-видань, зокрема «Полтавщини», чоловіків «було представлено частіше, ніж жінок, <...> 79% експертів і 76% героїв. Подібна тенденція є сталою впродовж попередніх хвиль моніторингу обласних ЗМІ, які відбувалися в 2017 і 2019 роках» [55].

У статті «Регіональні інтернет-ЗМІ як платформа для популяризації читання (на матеріалі інтернет-видання “Полтавщина”)» В. Хміль-Чуприна дослідила методи популяризації творів полтавських відомих літераторів і письменників-початківців на сторінках аналізованого видання. Вивчивши особливості функціонування спеціалізованого літературного проєкту «Magnum opus» (зокрема через замітки, рецензії, анонси заходів і видань, інтерв'ю з письменниками, інтерактивні інтелектуальні вікторини та інше), авторка зробила висновок, що «регіональні Інтернет-ЗМК, відгукуючись на запити аудиторії, заповнюють дефіцит інформації про літературно-культурні події та нові книжкові видання і виконують важливу місію формування культурного простору сучасної України» [78, с. 93].

Актуальність думки про зорієнтованість сучасних засобів масової комунікації на вдумливого читача, їхнього спрямування на об'єктивацію потреби реципієнта заповнити емоційний вакуум, витворення такого інформаційного простору, котрий би був суголосним настрою й думкам читачів, формував міцний емоційний зв'язок із масмедійним виміром і стимулював самоусвідомлення, зумовила дослідження варіантності лексико-граматичної реалізації предикатів внутрішнього стану / ставлення суб'єкта в текстах українського інтернет-видання «Полтавщина». Р. Шрамко у розвідці «Функційні особливості предикатів з інваріантною семантикою «суб'єкт – його внутрішній стан» в українському масмедійному дискурсі (на матеріалі інтернет-видання “Полтавщина”)» розкрила спектр частиномовних

виразників предикатів, що експлікують семантику внутрішнього стану / ставлення суб'єкта, у синтаксичних структурах, уточнила потенціал їхньої активності у складі ізофункційних компонентних синтаксичних парадигм сучасної української мови. Ґрунтовне вивчення мови видання «Полтавщина» допомогло дослідниці упевнитися, що «максимальною функційною активністю в українському масмедійному просторі наділено предикати психоемоційного стану / ставлення носія. Вони розкривають увесь діапазон почуттів та емоцій як носія, охопленого певним станом чи психічною діяльністю, так і читача, здатного співпереживати і співчувати цьому суб'єктові» [81, с. 151].

Отже, попри значну журналістикознавчу рецепцію регіональних, зокрема і полтавських, медіа і поодинокі зацікавлення науковців інтернет-виданням «Полтавщина», це медіа не було об'єктом системного дослідження в галузі комунікативістики.

## **1.2. Методи дослідження**

Специфіка теми магістерської роботи зумовила комплексний підхід до вибору методів і прийомів дослідження. Метод добору й систематизації інформації реалізується через технічні процедури збору матеріалів регіональну пресу загалом та онлайн-видання «Полтавщина» зокрема, систематизацію зібраної інформації згідно з поставленими завданнями.

Метод аналізу документальної інформації використовувався при аналізі наукової літератури за обраним напрямом дослідження, що дозволило описати розвиток наукової думки щодо вивчення «Полтавщини» як регіонального інтернет-видання й аналізу сучасного стану журналістикознавчої рецепції регіональної періодики. Цей же метод уживався при аналізі журналістських матеріалів досліджуваного ЗМІ, що дало можливість з'ясувати зробити висновок про роль «Полтавщини» в розслідувальній журналістиці Полтавського краю.

З'ясування понять «регіон», «регіональне періодичне видання», «регіональне інтернет-видання», «локальне періодичне видання», «гіперлокальне видання» зумовило використання термінологічного методу. Розкриваючи типологічні особливості, функції, значення регіональних засобів масової інформації, ми розглядаємо систему поглядів українських і зарубіжних журналістикознавців з метою проаналізувати наявні означення й обрати серед них ті, що найбільше відповідають об'єкту нашого дослідження.

Широке використання має один з основних загальнонаукових методів дослідження – описовий, який у вивченні соціально-комунікативних явищ застосовується при ідентифікації конкретного об'єкта шляхом опису його характеристик. Цей метод реалізується під час опису архітекtonіки сайту та його структури.

Використання описового методу дозволило також подати відомості про особливості комунікації з аудиторією, тематичні обрії інтернет-видання, вибудовування стратегії стосунків із міською владою.

Вивчення особливостей функціонування, території поширення, інформаційного наповнення, технології використання та взаємодії з користувачем аналізованого медіа не можливе без застосування типологічного аналізу, який полягає у «виявленні подібності і розходження досліджуваних соціальних об'єктів чи явищ, пошук надійних способів їх ідентифікації, а також критеріїв групування в межах прийнятої дослідником моделі» [56, с. 36]. Типологізація дозволила виявити спільні і специфічні риси «Полтавщини» з подібними ЗМІ, з'ясувати, чи має досліджуване медіа свою нішу, наскільки точно в неї вписується, наскільки відповідає сучасній масовоінформаційній ситуації. Оскільки «процедура типологічного методу полягає у виявленні і формулюванні деякого числа ознак досліджуваних об'єктів (“диференціальних змінних”» [56, с. 37], то нами було обрано такі диференціюючі ознаки, як природа основної інформації (самостійне електронне видання, що не має друкованих аналогів), технологія

використання (мережеве видання), широта охоплення потенційної аудиторії (мешканці Полтави й Полтавської області), характер взаємодії користувача і електронного видання (інтерактивне видання), мультимедійність, гіпертекстуальність.

У кваліфікаційному дослідженні частково використано історичний метод, що передбачає виявлення історичних фактів. Він використовується для з'ясування історії становлення інтернет-видання «Полтавщина». Уживання цього методу дозволило відтворити розвиток цього медіа як об'єкта дослідження в хронологічній послідовності й водночас розкрити логіку руху цього процесу. Також частково застосовано метод інтерв'ювання: інтерв'ю з розробниками сайту «Полтавщини» Е. Ткаченком і В. Ткаченком допомогло при написанні підрозділу 2.1 і розумінню особливостей роботи з аудиторією видання.

Таким чином, багатоаспектність вивчення і предмета дослідження, розгалуженість поставлених завдань зумовили складну систему методів магістерської роботи.

### **1.3. Регіональні медіа як наукова проблема**

Ключовим у нашому дослідженні є поняття «регіональний засіб масової комунікації», при розуміння якого слід відштовхуватися від терміну «регіон». На думку Я. Верменич, регіон – «поліфункціональне поняття, що може трактуватися і як адміністративно-територіальна одиниця, і як окрема спільнота з культурними, економічними, мовними, релігійними та політичними особливостями» [5, с. 28].

Політолог Ю. Остапець виділяє такі головні складові регіону:

- «а) певна територія, яка географічно виокремлюється зі складу загальної території країни;
- б) населення, яке має певні спільні особливі характеристики та проживає на цій території;

в) регіональна самоідентифікація або самоусвідомлення наявності у цієї групи людей певних особливостей, які відрізняють їх від загалу» [За: 34].

Дослідник акцентує диференціюючу ознаку регіонів – регіональну ідентичність, котру слід розуміти як усвідомлення культурної, історичної, етнічної окремішності населення певного регіону.

Відповідно до визначення поняття «регіон» під регіональною журналістикою мають на увазі медіа, охоплення аудиторії яких менше за загальнонаціональні. На думку Л. Змій, регіональні засоби масової комунікації – «електронні та друковані ЗМК, що зареєстровані і функціонують на території певної місцевості, орієнтовані на аудиторію регіону, створюють новинну, аналітичну, розважальну медіа-продукцію, висвітлюють події в регіоні, прямо або опосередковано у своїй діяльності враховують специфічну культуру, соціальний та історичний досвід і взаємодії в межах територіальної спільноти» [15, с. 7].

С. Матвієнків переконана, що синонімічним до слова «регіональна» можуть виступати «локальна», «місцева» преса, оскільки «локальні медіа характеризує зміст інформації, що носить місцевий характер, а також послуги, що відносяться до певної географічної області, а не становлять загальний інтерес для широкого кола людей» [35].

Тож регіональне інтернет-видання – це електронний засіб масової інформації, у якому висвітлюють події, що пов'язані з конкретною областю України або певним містом чи районом, тобто медіа, новини якого мають локальне, місцеве значення.

У дослідженні «Сучасна українська періодика: типологічний аспект» М. Недопитанський класифікував періодику на загальнонаціональну й регіональну. Визначальною рисою останніх дослідник назвав ту, що місцеві видання «мають бути приземленими, тобто не цуратися суто побутових тем: ціни на місцевому базарі, рейтинг побутово-розважальних закладів тощо» [36].

І. Луцюк, враховуючи типологію М. Недопитанського досвід й досвід польських журналістикознавців, розширила типологію українських ЗМІ за територіальною ознакою:

- «1) міжнародні;
- 2) загальнонаціональні;
- 3) регіональні (покривають повністю одну і більше областей);
- 4) локальні – у межах одного населеного пункту (місто, село, район);
- 5) сублокальні – менше, ніж один населений пункт або окрема організація (окремий район у населеному пункті)» [31, с. 67].

Останнім часом в українській науці про медіа і серед журналістів-практиків актуалізується такий різновид медіа, як «гіперлокальні» («мікролокальні», «надмісцеві»). Під ними розуміють такі засоби масової інформації, «контент яких стосується того, що відбувається в межах кількох невеликих географічних ареалів та розповсюджується в межах цих територій для їх мешканців» [86, с. 12]. Тож такі медіа можна співвіднести із сублокальними (за типологією І. Луцюк), оскільки вони зосереджені на меншій території місцевості – це міста чи районні центри, селища, села або навіть один мікрорайон міста. Гіперлокальні інтернет-ресурси покликані задовольняти інформаційні потреби спільнот, прив'язаних до відносно невеликої території.

Відмінність між регіональними і гіперлокальними періодичними виданнями конкретизував Р. Вербовий, який переконаний, що зростаюча популярність гіперлокальних ЗМІ пояснюється тим, що вони зосереджені на новинах, не цікавих для загальнонаціональних медіа: «<...> спостерігаємо абсолютно новий вид ЗМІ, для якого характерна унікальна спрямованість інформації. За сферою поширення гіперлокальні медіа є вужчими за місцеві, у них відсутні будь-які програмні цілі» [4, с. 73]. Крім того, почасти успіх такого різновиду періодики пояснюється ЗМІ цільовою аудиторією: «У світовому ракурсі комунікаційну потребу в гіперлокальній інформації

найбільше відчують читачі старшого віку, а не молодь. Це відкриває потенціал для залучення нової аудиторії до нових медій» [4, с. 74].

На думку Ю. Нестеряк, конкурентоздатність гіперлокальних ЗМІ на загальнонаціональному рівні досягається внаслідок «профільного інформування про місцеві події, повідомляючи деталі та подробиці, які є недоступними для масштабних друкованих, аудіовізуальних чи мережних медіа» [37, с. 131]. Додамо, що зацікавлення цим різновидом видань можна пояснити, по-перше, і тим, що читачі почасти не довіряють «розкрученим» засобам масової інформації, тому звертаються до тих, чий контент створюється їхніми співмешканцями; по-друге, стрімким розвитком новітніх інформаційних технологій, що дозволяють швидко і порівняно недорого створювати і поширювати контент.

Регіональні видання мають довгу історію розвитку на українських землях, однак кардинальні зміни в їхній діяльності відбулися за незалежної України, коли медіа переорієнтувалося на ринкову систему, у ЗМІ з'явилися приватні власники, що сприяло появі більшої кількості регіональних медіа. До того ж ухвалений у 2015 р. закон про реформування державних та комунальних ЗМІ сприяв посиленню конкурентності між регіональними виданнями, що вплинуло на ринок періодики.

Відмінність регіональної преси від загальнонаціональної зумовлює головну роль останньої – консолідувати мешканців одного регіону, формувати в них локальну ідентичність, прищеплювати не тільки любов до малої батьківщини, але й активізувати зацікавленість в житті регіону.



Рис. 1. Функції регіональних медіа.

С. Матвієнків видалає такі основні функції місцевих ЗМІ: «повне й оперативне висвітлення місцевих подій та важливих проблем; орієнтування в культурних заходах; представлення позиції впливових у регіоні людей; створення можливості для обміну інформацією між мешканцями регіону та допомога у вирішенні повсякденних соціальних проблем» [35]. Функції регіональних видань унаочнені на рис. 1.

До переваг регіональних медіа дослідники відносять формування спільного комунікативного простору, дієвий зворотній зв'язок, розбудову місцевого самоврядування, більший рівень довіри через можливість перевірити інформацію «на місці» тощо. Недоліки регіональної преси узагальнено на рис. 2.

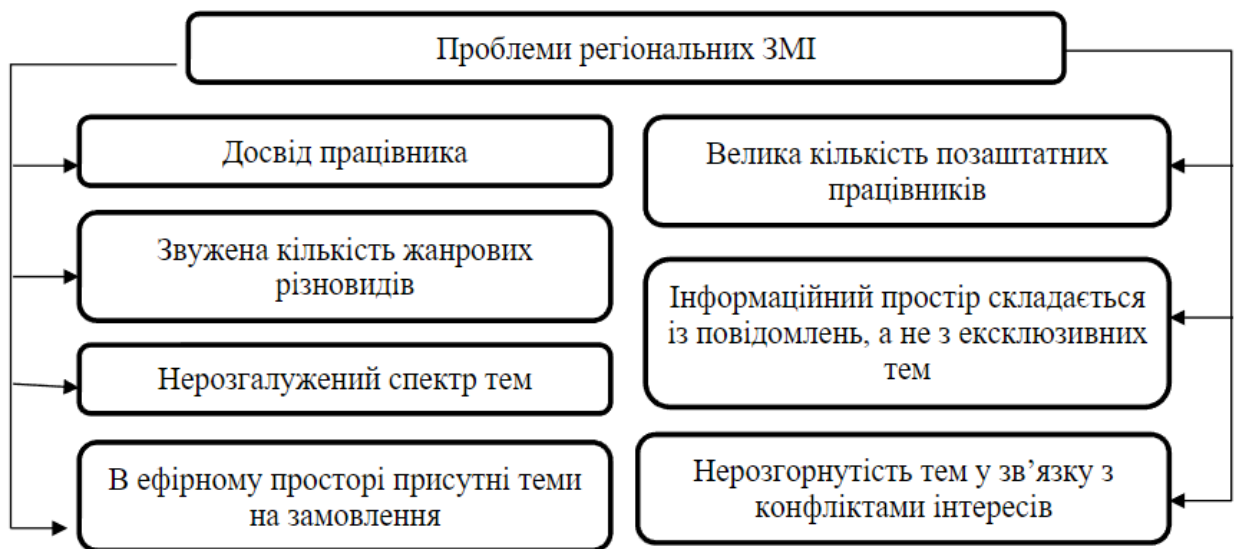


Рис. 2. Проблеми регіональних медіа.

Отже, регіональні медіа мають задовольняти інформаційні потреби мешканців регіону щодо локальної території, покликані формувати образ батьківщини, водночас інтегруючи їх загальнонаціональну структуру, зберігати культурно-історичну ідентичність у контексті глобалізаційних процесів, сприяти прищепленню населенню регіону демократичних цінностей, зокрема формувати громадянське суспільство.

## Висновки до розділу 1

Сучасну журналістикознавчу рецепцію регіональних видань складають праці О. Брайлян, Р. Вербового, О. Даніліної, І. Змій, І. Каліни, Й. Кемпи-Ментрак, Д. Котляр, І. Луцюк, С. Матвієнків, Ю. Нестеряк, Ю. Полежаєва, Д. Редкліфа, Л. Русинко-Бомбик, А. Русиняка, В. Тарасюк. Полтавські ЗМІ були об'єктом дослідження Н. Алексеєнко, Л. Бутко, Р. Кантемірової, О. Лук'яненка, М. Степаненка, С. Семенко, В. Хміль-Чуприна, Р. Шрамко та ін. Інтеграція проаналізованих розвідок дозволила виявити типологічні особливості регіональної преси, виявити її відмінності від загальнонаціональних періодичних видань, зрозуміти функції місцевих медіа, зокрема інтернет-видання «Полтавщина», систематичне дослідження якого відсутнє в українському журналістикознавстві.

Завдяки використанню методу добору й систематизації інформації, методу аналізу документальної інформації, термінологічного й описового методу, типологічного аналізу, частково історичного методу дозволило комплексно підійти до розкриття об'єкту і предмету кваліфікаційного дослідження.

## РОЗДІЛ 2

### ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «ПОЛТАВЩИНА» ЯК ПРОВІДНЕ МЕДІА РЕГІОНУ

#### 2.1. Історія становлення онлайн-видання

Інтернет-видання «Полтавщина» засноване у 2009 р. відомим полтавським журналістом і бізнесменом Б. Лозовським з метою створити в Полтаві незалежний від політичного впливу ЗМІ, в якому б правдиво розповідали про події в обласному центрі. Медіа такого спрямування повинно було виділитися на тлі полтавських газети, телеканалів і мережевих видань, котрі на початку 2000-х років були під контролем місцевих посадовців і політиків. Аудиторія видання простежується в його назві – воно зорієнтоване на мешканців Полтавської області.

Сайт «Полтавщини» за власним проектом розробив програміст Едуард Ткаченко за участю журналістів, його головною ідеєю стало оприлюднення ексклюзивних новин, тобто поширення інформації, якої не подавалося в інших полтавських медіа, зокрема існування ієрархії в місцевій владі, сфери відповідальності чиновників. Е. Ткаченко постійно удосконалює сайт видання, утілюючи в життя бачення системного адміністратора – вводити на сайт поступові зміни для зручності аудиторії старшого віку (на сайті навіть є функція для збільшення шрифту людям з вадами зору).

На першому етапі розвитку над матеріалами для інтернет-видання «Полтавщина» працював головний редактор Станіслав Майзус, який за потреби співпрацював з фрилансерами. Однак він припинив свою роботу через місяць, бо його бачення контенту не збігалося з головною ідеєю про винятковість новин. Тож протягом першого місяця функціонування сайту на ньому публікували лише інформацію, яку інші полтавські ЗМІ отримували від пресслужб, з нарад або офіційних заходів.

Після зміни керівника головним редактором на початку 2010 р. стала Ганна Козельська, котра зосередила роботу редакції на пошуку та розробці

авторських тем. На сайті почали з'являтися перші резонансні статті про діяльність міського голови Полтави та інших посадовців. Зокрема, журналісти «Полтавщини» ставили питання щодо інформації, яка з'являлася в газеті політика Олександра Кулика «Полтавська думка», та газети «Перша полтавська», що рекламувала кандидата на посаду міського голови Олександра Мамає. Інформація стосувалася можливого підкupu студентів на місцевих виборах у 2006 р. та витрат бюджетних грошей на закордонні поїздки Андрія Матковського [48].

Перший викривальний матеріал про корупцію в Полтавській міській раді з'явилася у 2013 р. – стаття «Бітум за 26 мільйонів гривень Полтаві поставить депутат від “Совісті України”» про закупівлю бітуму в колишнього бізнес-партнера міського голови [41].

Редакція інтернет-видання завжди максимально послуговувалася всіма можливими інструментами, які надає держава для отримання інформації. За часів президента-втікача В. Януковича в Україні реформували подачу інформаційних запитів, чим одразу почала користуватися члени редакційного колективу. Згодом з'явилася можливість надсилати платні запити до БТІ щодо юридичних осіб: на той час не було можливості отримання інформації з офіційних джерел, як-от, Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, тому такі запити були дуже цінними для журналістів.

У 2015 р. з'явився портал Є-data, на якому оприлюднювали дані про використання публічних коштів і який був сприйнятий журналістами як справжня «інформаційна революція». Редакція «Полтавщини» одразу почала вивчати та використовувати ці дані. Першим матеріалом з інформацією з порталу стала викривальна стаття про порушення державних будівельних норм під час ремонту доріг та вартість цих робіт «В Полтаві кладуть новий асфальт поверх снігу» [58].

Розширенню полтавської викривальної журналістики сприяли майданчик тендерних закупівель Prozorro та портал використання публічних

коштів Spending, інформацію з котрих активно використовують у своїй роботі працівники «Полтавщини».

У 2015 р. Судова влада України почала вказувати учасників судових розглядів. Як наслідок – у журналістів «Полтавщини» з'явилася можливість отримувати інформацію про їхні імена та прізвища. Кожен раз, коли редакція застосовувала нові державні інструменти для отримання публічних даних, це викликало резонанс у посадовців, які не розуміли, звідки журналісти взяли інформацію.

Системні адміністратори сайту для зручності роботи медійників налагодили системне отримання даних з відкритих ресурсів для написання статей, що вплинуло на збільшення частки матеріалів розслідувальної журналістики.

Від початку роботи видання воно стало майданчиком для висловлювання всіх політиків та посадовців. Вони ж можуть стати об'єктом критики за підозрою в корупційних діях.

Коментарі на сайті інтернет-видання «Полтавщина» є майданчиком для активних дискусій читачів на різні теми. Коментарі пишуться під будь-яким нікнеймом, що допомагає читачам вільно висловлюватись: указувати на неточності в інформації, пропонувати власні теми майбутніх матеріалів. Якщо коментатори починають ображати опонентів, адміністратори сайту модерують ці висловлювання. Наприклад, у дописі М. Лисогор «Суд виправдав коментатора “Полтавщини” Мишку, якого звинувачували у сепаратизмі» йдеться про те, що щодо читача за позовом СБУ було відкрито кримінальне провадження за заклики до зміни влади в Україні. У матеріалі наведено уривок із вироку суду і подано пояснення власної позиції: «Редакція “Полтавщини” погоджується з позицією суду, що саджати людей за коментарі в інтернеті – це ненормально, втім розбанювати “Мишку” ми не плануємо, оскільки він неодноразово порушував правила сайту. Також радимо користувачам надсилати скарги на коментарі, що містять образи або

не стосуються обговорюваних тем. Це дозволить модератору оперативніше їх видаляти» [28].

Кількість коментарів, які читачі пишуть на сайті під публікаціями, може успішно конкурувати з кількістю коментарів у соціальних мережах інтернет-видання. Чим більший резонанс має новина, тим активніше її обговорення на сайті. Якщо порівнювати сайти інших полтавських ЗМІ, то «Полтавщина» має більшу кількість коментарів, що свідчить про більшу залученість аудиторії. Опосередковано це підтверджує, що редакція залишається вірною головній меті створення сайту інтернет-видання – дотримуватися ексклюзивності новин.

Для пришвидшення розвитку сайту видання його представники брали участь в дискусіях у коментарях, що збільшувало кількість аудиторії та підвищувало цікавість до публікацій на новому інформаційному майданчику. Унаслідок цього нові читачі авторизувалися на сайті й приєднувались до обговорень. Такий спосіб роботи з аудиторією схожий на метод просування соціальних мереж, що через 5-7 років стали використовувати українські медіа, коли з'явилася потреба в SMM.

Інтернет-видання «Полтавщина» відповідає такій типологічній ознаці регіональних видань, як домінанта локальних новин: «Місцеві ЗМІ сприймаються як джерело новин регіону, спосіб проведення дозвілля, можливість орієнтуватися у своєму місті» [34]. Періодичне видання зосереджене на подіях в Полтаві, про що детальніше йтиметься в розділі 3.

У 2011 – 2012 рр. редакція намагалася залучити до роботи фрилансерів у Кременчуці. Однак їхні дистанційна робота була неефективною, тому від цієї ідеї відмовились.

У 2013 р. була створена громадська організація «Інститут виборця “Полтавщина”» (керівником виступає також є Б. Лозовський), на яку зареєстрували інтернет-видання. Мета діяльності громадської організації – всебічне сприяння розвитку свідомості електорату, забезпечення виборців

інформацією, необхідною для прийняття ними зважених рішень, що призведе до сталого розвитку країни.

Діяльність громадської організації спрямована на:

- сприяння та безпосередню участь у формуванні громадянського суспільства;
- підтримку свободи слова;
- розвій вільних ЗМІ;
- розвиток місцевого самоврядування й місцевих громад;
- консолідацію демократичні інститути;
- створення дієвого громадського контролю за діяльністю й ухваленням рішень органами державної влади та місцевого самоврядування;
- розбудову освіти;
- налагодження соціального діалогу в суспільстві на основі принципів солідарності та партнерств;
- побудову правової держави;
- створення дієвого громадського контролю за діяльністю правоохоронних органів та судів;
- пропаганду ідей модернізації суспільства та економіки як єдиного шляху побудови сильної й соціально справедливої держави.

Перелічені напрями діяльності «Інституту виборця “Полтавщина”» можна з упевненістю екстраполювати на завдання самого інтернет-медіа.

Інтернет-видання «Полтавщина» активно висвітлювало події під час Революції Гідності в Полтаві й Києві. Після початку антитерористичної операції на сході України у 2015 р. до колективу редакції «Полтавщини» приєдналася журналістка-переселенка з Донецької області Дарина Синицька, котра спеціалізується на аналітичних матеріалах.

Після зміни влади в Україні та запровадження реформ у журналістів з'явився доступ до інформації щодо замовлень міськради, виконавців та витрат. Також з'явилася більша кількість матеріалів пов'язаних із судовими розглядали резонансних справ.

У 2016 р. редакція «Полтавщини» почала першою серед полтавських медіа складати рейтинги загальноосвітніх навчальних закладів Полтави за результатами ЗНО. Ця ініціатива реалізувалася після того, як такі рейтинги почав систематично складати портал «Освіта» [61].

За кілька років редакція інтернет-видання збільшилася з двох до п'яти журналістів. Нині функції головного редактора виконує Ян Пругло.

У 2023 р. «Полтавщина» дістала технічну допомогу від іноземних спонсорів з Нідерландів за сприяння громадської організації «Інститут масової інформації». Редакція отримала три ноутбуки для роботи журналістів (написання матеріалів та монтаж відео) під час блекауту. Обладнання передали в межах проєкту «Підтримка незалежних ЗМІ під час війни».

## 2.2. Архітектоніка й контент сайту

Сайт видання оформлений у національних кольорах – на блакитному тлі постає назва і вид видання в жовтому кольорі. Рубрикування сайту дворівневе – на першому рівні розташовані рубрики, котрі систематизують матеріал за жанрами, «Головна», «Новини», «Блоги», «Проекти», «Фото», «Досьє», «Афіша», «Карта Полтави», «Війна», «Допоможіть армії». Другий рівень – тематичне рубрикування контенту: «Події», «Політика і влада», «Економіка і бізнес», «Спорт», «Суспільство», «Культура і освіта», «Кримінал», «Здоров'я», «Цікавинки», «Архів» (див. рис. 3).

Запропонувати тему

Вхід | Реєстрація

інтернет-видання  
**Полтавщина**

Пошук по сайту

Головна | Новини | Блоги | Проекти | Фото | Досьє | Афіша | Карта Полтави | Війна | Допомога армії

Новини Полтавщини: Події | Політика і влада | Економіка і бізнес | Спорт | Суспільство | Культура і освіта | Кримінал | Здоров'я | Цікавинки | Архів

ТОП-НОВИНА

«Полтавщина» у соцмережах: f t i s

ЧИННИЙ ТАРИФ НА ВОДУ ПОТРІБНО ПІДВИЩИТИ НА 48% — ПОПЕРЕДНІ РОЗРАХУНКИ «ПОЛТАВАВОДОКАНАЛУ»

СТРІЧКА НОВИН

22 січня 2024, 17:37  
Кам'янське постачатиме Полтаві не лише людей, а і генератори: ЖКГ виписало умови тендеру під конкретну фірму

22 січня 2024, 16:48  
Грунтовна практична підготовка під час навчання — запорука конкурентоспроможності випускників ПУЕТ на ринку праці

22 січня 2024, 15:36  
У Кременьчугі чоловіку підкинули мертвого kota — поліція встановлює причетну особу

22 січня 2024, 14:39  
«Найцінніші знання та навички отримуються саме в операційній» — зазначив лікар-хірург після завершення операції

22 січня 2024, 13:39  
Скарга Офісу Президента на бездіяльність

21 СІЧНЯ 18:00  
БРОНЬ СТОЛИВ  
@TSE.BAR.PL  
0996776333  
Ц-БАР  
ОНЕЙРОІД  
WWW.ONEIROID.COM ВХІД: 200

КУРС ВАЛЮТ

Понеділок, 22.01.2024

	Купівля	Продаж	НБУ
USD	37.54 ↓	38.13 ↓	37.53 ↓
EUR	40.88 ↓	41.65 ↓	40.84 ↓
PLN	9.15 ↑	9.51 ↓	9.36 ↑

МЕДІОНА

9-800-509-003

Рис. 3. Головна сторінка медіа «Полтавщина».

Вгорі ліворуч на головній сторінці сайту розташована топ-новина дня, праворуч – стрічка новин. Під топ-новиною розміщено дві додаткові стрічки: нові публікації у блогах та проєкти Полтавщини, що є допоміжним інструментом орієнтування (див. рис. 4). Нижче розташований розділ «Найважливіше за тиждень». Крім того, головна сторінка містить рекламні банери.

Матеріали «Блогів» та «Проєктів» не є редакційними й опубліковані за ініціативи сторонніх осіб. Так, на сайті у своїх блогах публікують дописи депутати, історики, громадські активісти, журналісти, спортсмени, підприємці. З початку роботи сайту інтернет-видання «Полтавщина» функціонувало понад дві сотні авторських блогів.

У розділі «Фото» члени редакторського колективу публікують свої фоторепортажі. У розділі «Досьє» зібрані біографії місцевих політиків, науковців і посадовців.

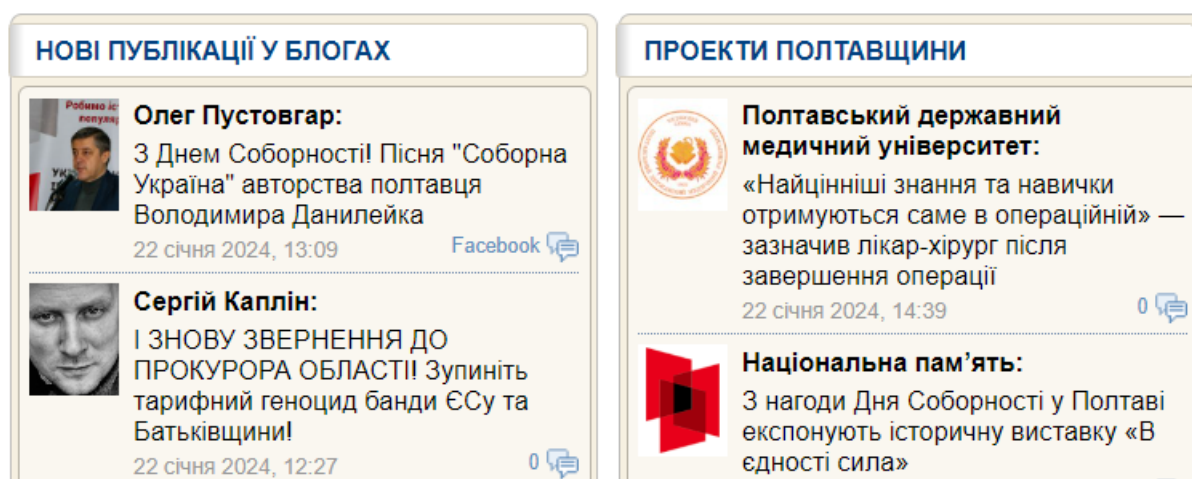


Рис. 4. Додаткові інформаційні стрічки.

В «Афіші» оприлюднюються щомісячні розклади концертів та вистав у Полтаві. Онлайн-карт міста створеної з нуля розробниками сайту: у фільтрах геолокації можна обирати розташування освітніх закладів, музеїв, церков, лікарень, закладів громадського харчування і транспортних маршрутів.

Онлайн-карту розробили адміністратори до виникнення сайту «Полтавщини», карту приєднали пізніше.

У розділі «Війна» зібрана оперативна інформація Генерального штабу України та щотижнева інформація про полеглих захисників з Полтавщини. Рубрика «Допомога армії» публікує інформацію про рішення місцевих органів самоврядування в Полтавській області щодо допомоги українському війську та розміщує оголошення про збори допомоги волонтерами.

Рекламні публікації на сайті маркуються словом «Реклама». Упродовж останніх 12 років на сайті публікуються першоквітневі матеріали-жарти, котрі маркуються спеціальною позначкою, про що повідомляється в «підвалі» сайту.

Інтернет-виданні має функцію «Пошук по сайту», завдяки якій за ключовими словами можна шукати конкретний матеріал. Після кожного матеріалу читачі мають можливість поділитися посиланням через спеціальні кнопки, що дозволяють копіювати чи поширювати статті в соціальних мережах (див. рис.5).



Рис. 5. Приклад інтерактивності сайту.

Важливим елементом структурування інформації на сайті є теги. Наприклад, матеріали, які стосуються рішень чи вироків судів можна знайти за посиланням. На сайті (у мобільній версії – у «випадаючому» меню) указана контактна інформація для зв'язку з редакцією.

Серед соцмереж інтернет-видання має власну сторінку у Facebook [67], канал на Telegram [69] та аккаунт в Instagram [38]. Як свідчить Н. Кучер, «редакція активно просуває контент на своїй сторінці у Facebook та на каналі в Telegram, менш активно – в Instagram. Facebook-сторінка “Полтавщини” має 25 тисяч читачів, на тг-канал видання підписано 8,6 тисячі користувачів.

На відміну від безлічі анонімних та сумнівних Telegram-каналів редакція подає повну та досить ясну картинку про те, як можна зв'язатися з редакцією. Вказано контакти редактора сайту, адміна тг-каналу, рекламного менеджера та загальні контакти редакції» [24].

Підписників Instagram, де, як і в інших соцмережах, оприлюднюються матеріали «Полтавщини», менше – 4,8 тисячі. Відповідно до особливостей цієї платформи новини подаються в скороченому форматі – фото, основні речення. Відео reels і stories члени редакційного колективу постять нечасто. На YouTube медіа підписано 2 021 людей, що пояснюється відсутністю систематичності роботи на цій платформі.

Недоліком роботи із соцмережами вважаємо те, що в «Полтавщині» немає окремого спеціаліста з SMM. Зважаючи на досвід роботи інших ЗМІ, редакція вирішила, що штатні SMM-менеджери часто не розуміють суть журналістських матеріалів. Оскільки полтавське періодичне видання в соціальних мережах публікує переважно серйозні матеріали, SMM-менеджер має розуміти суть допису не гірше за автора. Тому соцмережами займається практично вся редакція – автори статей самі поширюють свої статті й ініціюють обговорення теми.

У матеріалі «Як полтавські медіа просувають свій контент у соцмережах» журналіст «Полтавщини» М. Лісогор пояснює, як інтернет-видання розвиває свої соціальні мережі без окремого SMM-менеджера: «Для нас важливо не просто десь поширити лінк на статтю, а й ініціювати обговорення викладеної там теми. Часто в цих дискусіях беруть безпосередньо участь і співробітники редакції. Звісно, це займає певну частину робочого і позаробочого часу, але допомагає гуртувати довкола ЗМІ певну спільноту людей, яка цікавиться новинами» [Цит. за: 37].

На сайті інтернет-видання є окремий проєкт «Полтавщина Спорт», що функціонує з грудня 2012 р. Цей веб-сайт єдиний в області, де публікують інформацію про всі спортивні події.

Другим проектом, що функціонував на сайті «Полтавщини» з 2012 по 2018 рр., був проєкт полтавського громадського діяча Романа Повзика «Magnum opus», спрямований на популяризацію читання і книг. Назва проєкту дублювала найменування незалежного мистецького об'єднання, членом якого є Р. Повзик. передусім сучасних українських авторів, зокрема і з Полтавщини.

Різноманітні публікації, що виходили систематично двічі на місяць, мали на меті зацікавити аудиторією сучасною українською літературою, зокрема творчість полтавських митців. На думку В. Хміль-Чуприни, «розробники проєкту “Magnum opus” успішно працюють на створення іміджу Полтави як культурного, розвинутого європейського міста, у якому розуміють і цінують літературу, міста митців і шанувальників мистецтва. Публікації у межах проєкту є популярними, про що свідчить велика кількість переглядів матеріалів на сайті» [78, с. 93].

Активними проєктами сайту є «Техпідтримка», «Життя громад», «Національна пам'ять», «Полтавська політехніка», «Полтавський державний медичний університет», «Містохаб», «Волонтерський фронт», «Голос віри», «Потрібна допомога», «Клуб журналістів-початківців».

Як уже зазначалося, «Полтавщина» висвітлює переважно події Полтавської області. Умова розміщення новин про інші області – фігурантами є уродженці Полтавської області або подія пов'язана з підприємствами Полтавщини. Це ж стосується і висвітлення новин загальнонаціонального масштабу: якщо інформація не пов'язана з Полтавською областю, то її не оприлюднюють в інтернет-виданні (винятки – рекламні публікації). Відмінність «Полтавщини» від інших регіональних – зосередженість на розслідувальній журналістиці та інформування про «кулуарні» перипетії в Полтавській міській раді та обласній військовій адміністрації.

Більшість новин опублікованих на сайті інтернет-видання «Полтавщина» стосуються подій в обласному центрі (інформація пов'язана з

рішеннями міської ради, судовими рішеннями, тендерними закупівлями, подіями у місті тощо). До прикладу, кількість публікацій про події в Полтаві та загалом в Полтавській області (будь-якому іншому населеному пункті) за 1 червня впродовж 5 років (зробити це можна за допомогою розділу «Архів»):

- 1.06.2018 р.: 7 новин про події в Полтаві, 6 новин – в області;
- 1.06.2019 р.: 8 новин про події в Полтаві, 2 новини – в області;
- 1.06.2020 р.: 7 новин про події в Полтаві, 5 новин – в області;
- 1.06.2021 р.: 8 новин про події в Полтаві, 5 новин – в області;
- 1.06.2022 р.: 8 новин про події в Полтаві, 5 новин – в області;
- 1.06.2023 р.: 10 новин про події в Полтаві, 4 новини – в області.

Функції контенту інтернет-видання можуть відповідати функціям гіперлокального медіа – це інформаційна, емоційна й інтеграційна. Однак «Полтавщина» належить саме до регіонального ЗМІ, бо охоплює події не невеликої території, а всієї області. З гіперлокальними аналізоване видання єднає стиль подачі матеріалів у соціальних мережах, що підштовхує аудиторію до обговорення та активізує взаємодію з читачами.

Матеріали інтернет-видання «Полтавщини» є предметом дослідження журналістського аналітичного центру «Інститут масової інформації». Зокрема, видання увійшло в п'ятірку найпопулярніших полтавських медіа, в яких регіональна представниця громадської організації ІМІ Н. Кучер аналізувала просування в соціальних мережах та взаємодію з читачами [24]. В іншому матеріалі Н. Кучер «Полтавщина: як влада замовляє рекламу для реакції на журналістське розслідування та просить вплинути на роботу медіа» йдеться про те, як влада області оплачує рекламні статті, щоб спростувати журналістське розслідування «Полтавщини». На полтавських новинних сайтах «Коло» й «Полтавська хвиля» у жовтні 2021 р. виставлено дописи “Від журналістського розслідування до відвертого маніпулювання – один крок”, автором яких зазначено пресслужбу Полтавської обласної ради. На першому сайті стаття маркована позначкою “Реклама”, на другому –

“Партнерський матеріал”. У дописі подано відповідь Полтавської обласної ради щодо розслідування медійниці Д. Синицької про закупівлю кондиціонерів для облради.

Н. Кучер зазначає, що в цих комерційних статтях пресслужба Полтавської обласної ради вказала, що «журналістка підштовхує читачів до думки, що закупівлю здійснює особисто голова обласної ради (використавши колаж з фото голови Полтавської облради Олександра Біленького), тоді як замовник закупівлі – окрема юридична особа» [23]. Крім того, у пресслужби були інше зауваження – порівнювати вартість обладнання з цінами в інтернет-магазинах є «маніпуляцією», бо нібито існує версія: «більшість товару ввозиться для них в Україну як «сірий товар, і з нього не сплачується мито». До речі, ця стаття-«спростування» пресслужби не була опублікована на офіційних ресурсах облради.

Своєю чергою журналістка інтернет-видання Д. Синицька в коментарі «Інституту масової інформації» зазначила, що опублікована реакція пресслужби на її статтю є маніпуляцією з боку обласної ради [23].

Комерційні статті пресслужби Полтавської облради щодо розслідування закупівлі кондиціонерів прокоментував юрист аналітичного центру «Інститут масової інформації» А. Сафоров. На його думку, рекламну публікацію не можна вважати тиском на журналістів, хоча вона надає право редакції звернутися з вимогою за спростуванням недостовірної інформації та відшкодуванням завданої моральної шкоди. Проте юрист наголосив, «така замовна публікація за гроші бюджету є нецільовим використанням бюджетних коштів» [23].

Отже, аналіз архітекtonіки і наповнення сайту доводить, що інтернет-видання «Полтавщина» цілком вмотивовано позиціонує себе як одне з провідних інформаційно-аналітичних онлайн-видань Полтавського краю, котре зосереджене на продукуванні власного контенту, зокрема розслідувального.

### 2.3. Специфіка комунікації з аудиторією

Трансформація українського суспільства під впливом політичних, соціокультурних і технологічних новацій координує розуміння функцій засобів масової комунікації, зокрема й на регіональному рівні. Завдяки інтерактивності, гіпертекстуальності, мультимедійності «журналісти мають можливість: – розширити як обсяги інформації, так і її зміст; – висловити сенс послання з допомогою різних кодів спілкування; – використовувати для “роботи” з аудиторією різноманітні форми спілкування, надати їй повніші можливості для реагування та участі в інформаційному обміні» [21, с. 15–16].

Емоції в суспільства викликають резонансні новини, що примушують владу на них реагувати. Топові матеріали можуть сприяти розумінню частини суспільства, що від голосу громадян під час виборів залежить те, як у майбутньому керуватимуть їхнім містом, територіальною громадою.

Новини про викриття корупції викликають негативні емоції в читачів, що засвідчують коментарі в соціальних мережах або на сайті видання. У таких випадках журналісти цілком виправдовують свою назву – медійники, – оскільки постають провідниками (медіумами) між соціумом та елітою. Зокрема, це відчувається, коли посадовці самі звертаються до журналістів задля публікації пояснень щодо негативної реакції громадян на їхні рішення. Як зазначає С. Матвієнків, «важливою є роль ЗМІ як посередника в діалозі між владою і суспільством, між різними соціально-політичними силами» [35].

З метою формування спільноти, яка цікавиться подіями в полтавській громаді, журналісти інтернет-видання «Полтавщина» долучаються до обговорень новин про корупцію. Про це розповідає розробник сайту та співзасновник інтернет-видання Е. Ткаченко: «При роботі у соцмережах “Полтавщина” намагається виходити трохи далі традиційного SMM, коли ЗМІ публікують матеріал і спостерігають за реакцією читачів. Ми завжди намагаємося створити дискусію з читачами і часто члени редакції самі включаються в неї. Це сприяє формуванню довкола видання спільноти

людей, яка цікавиться новинами» [17, с. 1]. Е. Ткаченко вказав на другу особливість роботи з аудиторією – подачу матеріалів у вигляді «серіалу», де всі новини пов'язані між собою. Таким чином люди починають стежити за сюжетом цього «серіалу», втягуються, а їхня обізнаність у суспільно-політичному житті громади зростає.

Іншими словами, перед ЗМІ стоїть завдання створити такі комунікативні умови, у яких бути корупціонером стане максимально некомфортно: «Людина десять разів подумає, перш ніж наважитись на якусь незаконну обладку, якщо знатиме, що за її діяльністю уважно спостерігають ЗМІ та тисячі їхніх читачів» [17, с. 1].

У цьому аспекті дуже важливою є адекватна комунікація влади зі ЗМІ, які висвітлюють корупцію. Якщо посадовці мовчатимуть, розповідатимуть, що такі теми «не на часі», чи звинувачуватимуть журналістів у «розхитуванні човна», то це може мати катастрофічні наслідки, оскільки така влада швидко втратить довіру й підтримку населення.

З часу заснування видання комунікація з аудиторією видозмінювалася та доповнювалася залежно від популярності способів обміну інформації – електронна пошта редакції (використовується 14 років), форма на сайті «Запропонувати тему» (використовується останні 10 років), коментарі та особисті повідомлення на сторінках у соцмережах, спілкування в Telegram через контакти журналістів або в чаті «Полтава», хоча і створеному у 2016 р., але найбільш активним з 2018 р., коли його під'єднали до каналу «Полтавщини».

За словами другого розробника сайту й автора матеріалів про антикорупційні розслідування В. Ткаченка, останні кілька років у чаті «Полтавщини» близько 2 тисяч учасників. Він звернув увагу на те, що найбільше на Telegram видання вплинуло вторгнення росіян, оскільки «ця соцмережа в окупантів в пріоритеті на відпрацювання ботами (ІІСО-шний спам або моніторинг реакцій на обстріли). Щоб “зрізати” більшу частину ботів, довелося прикручувати антиспам-бота (“Тероборону”), який

перепитує, звідки людина. Паралельно була збільшена кількість модераторів: набрали людей з-поміж активних користувачів, які в ручному режимі відфільтрували багато “мертвих” або підозрілих акаунтів» [17, с. 2].

Як результат понад 4 100 забанених користувачів, тобто вдвічі більше ніж тих, котрі залишилися. Щодо коментаторів на сайті, то особливої зміни після 24 лютого 2022 р. не відбулося: до вторгнення використовувалася практика закривати коментарі під емоційно чутливими темами, на яких могли «пастися» російські боти.

Станом на січень 2024 р. на сайті «Полтавщини» зареєстровано 39 060 користувачів, які залишили 2 014 598 коментарів.

Попередній міський голова Полтави О. Мамай, який у березні 2023 р. був засуджений за корупцію й на рік відсторонений від посади, після чергового викриття в матеріалах журналістів про розкрадання грошей з міського бюджету, у більшості випадків волів не коментувати резонансну інформацію.

Нинішня виконувачка обов'язків міського голови Полтави К. Ямщикова на початку свого призначення намагалася бути більш відкритою в комунікації, яка стосується закупівель міськради.

Практичний журналістський досвід в інтернет-виданні «Полтавщина» дозволяє виокремити такі тенденції у трансформації моделі «суспільство – преса – влада»:

- посилення впливу соціально активних громадян на владу за посередництвом ЗМІ. Унаслідок пожвавлення інформаційної активності інтернет-аудиторії зростає значення управлінської функції мас-медіа: «Місцеві ЗМІ порівняно із загальнонаціональними дають більше можливостей для встановлення зворотного зв'язку, формування комунікаційного поля між мешканцями місцевості» [35]. В аналізованому виданні найбільш резонансні публікації пов'язані з викриттям корупції в місті. У коментарях до таких матеріалів читачі жваво обговорюють конкретні випадки, згодом їхні зауваження виливаються в соцмережах. Тож у таких

випадках журналісти є провідниками між реакцією суспільства та відповіддю влади.

Є випадки, коли читачі «Полтавщини» надсилають інформацію журналістам про ймовірні корупційні ризики у закупівлі, а після публікації щодо перевірки тендеру посадовці змушені у своїх соцмережах публічно коментувати резонансну інформацію. Наприклад, 11 жовтня 2023 р. після публікації матеріалу В. Ткаченка «Полтава проводить відверто корупційний тендер із закупівлі сміттєвих контейнерів» [74]. Інформацію про закупівлю «Полтавщина» отримала на редакційну пошту від свого читача. Відповідно до тендерної документації, корупційні ризики цієї закупівлі міськради були в переplatі від 1,6 до 2,6 млн грн при покупці сміттєвих контейнерів. Після публікації журналістського розслідування секретар міської ради К. Ямщикова повідомила, що збирає термінову нараду щодо тендеру із заступником з питань житлово-комунального господарства. Через два дні з'явилася інформація, що закупівлю сміттєвих контейнерів скасовують й згодом оголосять новий тендер [75]. Офіційна причина скасування – зміна потреби комунальників у євроконтейнерах щонайменше на 10% (див. рис. 6). Однак можна з упевненістю стверджувати, що закупівлю скасували через резонанс у суспільстві після виходу на інтернет-виданні «Полтавщина» розслідування переplat.

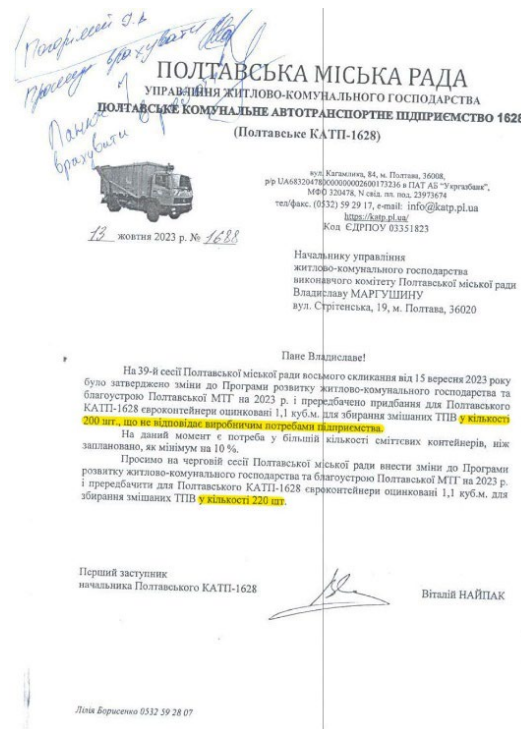


Рис. 6. Сканер-копія повідомлення Полтавського КТП-1628 про скасування закупівлі сміттєвих контейнерів.

Реакція читачів на статтю про корупційні ризики в закупівлі сміттєвих контейнерів схожа на ту, яку вони виявили щодо інформації про корупцію за часів О. Мамаєвої: або іронізують і звинувачують владу у розкраданні, або звинувачують полтавців в тому, що містом керують корупціонери. У прикладах коментарів збережена мова й орфографія користувачів сайту: «Прокурор Полтавской области отправляйте бригаду следователей и привлеките КОРРУПЦИОНЕРОВ к ответственности по полной! Ждем результатов!» (Broker); «Чему вы удивляетесь ? Это же Полтава... Здесь все можно и все дозволено. В городе нет ни крупных предприятий и город слава Богу не под обстрелами в сравнении с другими городами. Как бы и воровать нечего. Но бобров предостаточно у которых с наличкой все нормально. Здесь живут только одни коррупционеры. На обычный народ им пофиг» (Гадание...); «Не волнуемся! В “при Полтавській ОВА створена робоча група, яка перевірятиме можливу корупцію під час державних закупівель” так что всё под контролем!» (я балдею с новостей); «Корупцію в міській раді перемогти неможна! Її можна тільки очолити!» (Marian Klaus); «Мамай -

жил, Мамай - жив, Мамай - будіт жить! ) Пора міськраді заснувати друкований та інтернет орган: “Вісник корупції”! Перша стаття про земельну злочоду Лєфчєнкo!» (alterego) [74];

*- ініціатива читачів в оприлюдненні соціальних й економічних проблем.*

Читачі «Полтавщини» відстежують документи у відкритому доступі щодо тендерних закупівель у місті й області й звертаються до редакції з інформацією про сумнівні торги. Ураховуючи потреби споживачів інформації, медійники висвітлюють такі випадки на сторінках видання.

Журналісти можуть звернутися за уточненнями до профільних керівників та їх заступників, однак у документах тендеру буває більш точна інформація, аніж та, яку надають чиновники. Наприклад, посадовець може повідомити, що роботи попередньо планують зробити до певної дати й бувають випадки, коли насправді ця інформація не є точною. Тому розслідувачам варто перевіряти інформацію, вказану в тендерних документах, зокрема строки виконання робіт.

Прикладом ефективної комунікації редакції інтернет-видання з аудиторією є кейс про переплату під час закупівлі полтавськими школами та Департаментом освіти міської ради реактивів й обладнання для кабінетів хімії. 11 вересня 2023 р. на сайті «Полтавщини» опубліковано статтю «Школи Полтави провели корупційну закупівлю реактивів та обладнання для кабінетів хімії» [76], у якій йшла мова про покупку вказаного обладнання для 34 шкіл: вартість кожного набору коливалася в межах 34 240 – 34 658 грн. Ця сума була допороговою, тому жодна школа не проводила відкриті торги, обравши постачальника на свій розсуд. У результаті всі 34 договори були розподілені між сімома ФОПами з полтавською реєстрацією, які були пов’язані між собою родинними або бізнесовими зв’язками. Журналіст В. Ткаченко порівняв вартість складових наборів з роздрібними цінами на сайті інтернет-магазину «В-Pro», який спеціалізується на облаштуванні навчальних класів. Розслідувач нарахував переплату у 5 тис. грн на одному договорі або 170 тис. грн на всіх замовленнях.

Після виходу цього матеріалу на пошту редакції читач надіслав інформацію про інший тендер на купівлю 9 комплектів для уроків хімії. Хімічні набори закупував Департамент освіти Полтавської міської ради для шкіл у старостатах Полтавської громади. 1 жовтня в інтернет-виданні виходить новий матеріал «На наборах для кабінетів хімії полтавських шкіл хочуть вкрати півмільйона гривень», у якій В. Ткаченко повідомив, що внаслідок завищення цін на придбання наборів для уроків хімії загальна переплата сягає не 170 тис. грн, а 500 тис. грн: «Якби місто проводило відкритий конкурс на усі комплекти, то мало б змогу отримати їх по 22 тис. грн (а не по 29 тис. грн, як ми дуже обережно припускали у попередній статті). Тобто, замість 1 млн 447 тис. 768 грн громада заплатила б лише 946 тис. грн. Тобто на 501 тис. 768 грн менше» [77].

На тендер зайшли учасниця попередньої закупівлі полтавська підприємця Т. Чебан та постачальник з Чернігова Р. Позняк. Останній запропонував ціну за кожен набір майже на 9 тис. грн дешевше, ніж у конкурентки, проте саме полтавка виграла тендер. Дешевшу пропозицію міський Департамент освіти відхилив через те, що в тендерній пропозиції Р. Позняк підписав «лабораторну воронку» синонімом «лійка».

Рішення освітян про відхилення пропозиції чернігівського підприємця скасував Антимонопольний комітет України. Однак Р. Позняк так і не отримав замовлення на 9 наборів для уроків хімії. Упродовж наступного місяця, після постанови АМКУ, Департамент освіти Полтавської міської ради не скасовував свого рішення та не оголошував нової закупівлі, «затягуючи» час. Потім повідомив про намір укласти договір з Р. Позняком та через 7 днів знову відхилив тендерну пропозицію підприємця, обґрунтувавши це тим, що «переможець процедури закупівлі не надав у строк, що перевищує 4 дні з дати оприлюднення в електронній системі закупівель, повідомлення про намір укласти договір про закупівлю» [77]. Тому 23 жовтня Т. Чебан повідомили про намір укласти угоду на купівлю дорожчих навчальних комплектів.

За коментарем редакція «Полтавщини» звернулася до Р. Позняка: чоловік розповів, що вчасно не завантажив довідку через колізію у законодавстві – йому не вистачило кілька днів, щоб вчасно надати необхідний документ. Підприємець повідомив, що тендер був підлаштований під «свого» постачальника: «Я звернувся в Антимонопольний комітет для того, щоб людям довести, що можна було купити набори на майже 100 тис. грн дешевше. Я працюю з 2017 року і з досвіду знаю: якщо люди хочуть зекономити, то вони беруть і визнають, і ніяка лійка або ще щось по якійсь дурниці, вони не відхиляють. Ось коли відхиляють, то це значить, що люди свідомо це роблять, тому що купити хочуть дорожче.

Я вийшов на тендер і дав ціну за яку міг поставити, тому що ми самі виготовляємо цю продукцію, але якщо клієнт не хоче від самого початку, я не буду до нього їздити» [8].

Цей і наступні випадки свідчать про третю тенденцію – *формування інформаційного порядку денного внаслідок активізації взаємодії професійних журналістів із цільовою аудиторією*. Читачі стають джерелом інформації, котра може зацікавити широке коло її споживачів. Полтавці надсилають інформацію про події, які не обов'язково стосуються корупції під час закупівель. Для прикладу, під час першого голосування за перейменування вулиці Маршала Бірюзова в Полтаві аномально велику кількість (порівняно з іншими варіантами найменувань вулиць на голосуванні) набрала назва Решетилівська. Тоді журналістам жителі Полтави почали надсилати скріншоти з приватних чатів місцевих університетів та обласної лікарні, де працівникам із полтавською пропискою «добровільно-примусово» пропонували голосувати за варіант «Решетилівська». З'явилася інформація, що це завдання усно дав голова Полтавської обласної ради Олександр Біленький або його підлеглі. Річ у тім, що посадовець родом з Решетилівки та просуває «бренд» свого міста й досі. Журналісти звернулися до О. Біленького з питанням: чи давав він таке завдання? [26] На пресконференції

голова облради це заперечував, але при обговоренні цього питання із журналістами помітно нервувався.

Комунікація з аудиторією допомагає журналістам оперативно оприлюднювати резонансні новини. Завдяки читачу у квітні 2023 р. редакція «Полтавщини» до офіційного повідомлення правоохоронців дізналася, що приміщення Полтавського районного суду перевіряє Служби безпеки України. Речниця Служби безпеки України розказала редакції інтернет-видання, що інформація про перевірку уточнюється, а вже через 40 хвилин у соцмережах СБУ опублікували інформацію, що голову райсуду Ларису Богомолу підозрюють у співпраці з російськими окупантами [9];

*- зростання ролі мас-медіа у становленні громадянського суспільства.*

Завдяки інформаційній відкритості мас-медіа мобілізують громадян щодо вимог до місцевої влади. Резонансні новини, які викривають перевитрати з бюджету, формують у полтавців критичне мислення, розуміння, що на завищені за вартістю закупівлі витрачають їхні гроші. Стежачи за матеріалами «Полтавщини», аудиторія інтернет-видання орієнтується у прізвищах посадовців та приватних підприємців, які практично монопольно виконують замовлення від міської ради або Полтавської ОВА. Це є ознакою того, що журналістика формує у суспільства розуміння: за кожним рішенням є ім'я та прізвище певного посадовця. Тому в майбутньому, якщо цей посадовець балотуватиметься, то громадяни розумітимуть, чи був його бекграунд корупційним.

## Висновки до розділу 2

Регіональне інтернет-видання «Полтавщина» успішно функціонує з 2009 р. як незалежний ЗМІ, діяльність якого спрямована на правдиве й оперативне висвітлення подій в обласному центрі. Сайт має розроблений за власним проєктом Е. Ткаченка, має дворівневе рубрикування. На першому рівні розташовані рубрики, котрі систематизують матеріал за жанрами, «Головна», «Новини», «Блоги», «Проєкти», «Фото», «Досьє», «Афіша», «Карта Полтави», «Війна», «Допоможіть армії»; на другому рівні – тематичне рубрикування контенту: «Події», «Політика і влада», «Економіка і бізнес», «Спорт», «Суспільство», «Культура і освіта», «Кримінал», «Здоров'я», «Цікавинки», «Архів». Контент видання зосереджений на розслідувальних матеріалах.

Аналіз комунікації членів редакційного колективу інтернет-видання «Полтавщина» з читачами довів, що на сучасному етапі спостерігається активізація участі аудиторії в інформаційному процесі, що виражається в ініціативі читачів в оприлюдненні соціальних й економічних проблем, формуванні порядку денного, прагненні громадськості за посередництвом ЗМІ контролювати місцеву владу. Тож «Полтавщина» виконує функцію самоорганізації місцевого населення й надає полтавцям можливість брати активну участь у житті громади.

## РОЗДІЛ 3

### ТЕМАТИЧНІ ОБРІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО МЕДІА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

#### **3.1. Особливості висвітлення російсько-української війни**

У 2014 – 2015 рр. українські медіа почали публікувати поради журналістам щодо працюють над подіями, пов'язаними з бойовими діями. Зокрема, у грудні 2015 р. онлайн-видання MediaLab, яке є проєктом Львівського медіафоруму, опублікувало посібник Колумбійського університету «Центр Дарт Журналістики і Травми» для медійників, які висвітлюють трагедії та конфлікти [83]. Поради з цього видання не зорієнтовані саме на регіональну пресу, тим більше на неприфронтових територій, однак, після початку повномасштабної війни подібні практичні посібники актуальні для журналістів усіх регіонів України. Ураховуючи непередбачуваність подій під час війни, регіональні медійники повинні мати підготовку з висвітлення теми бойових дій і трагедій у своїй області.

Авторка посібника «Як писати про війну» [80] Ш. Шмікл, що має досвід інформування про війни в Єгипті, Афганістані, Таїланді та Іраку, зібрала рекомендації журналістам щодо подолання емоційних труднощів, серед яких є поради щодо комунікації журналіста з редакторами до призначення завдання з висвітлення подій на небезпечній території. Зокрема, це розробка плану контактування із репортером та його родиною, призначення редактора, який може вислухати журналіста в будь-який час. Необхідно заздалегідь проговорити всі ризики під час виконання завдання, визначити їхні межі, які редакція вважає прийнятними.

Питання висвітлення війни без продукування панічних настроїв серед населення стало предметом діяльності Центру демократії та верховенства права [82].

Тож під час роботи журналістів над матеріалами, котрі стосуються воєнних дій, слід дотримуватися таких правил:

- використовувати вірну термінологію, уточнювати у профільних фахівців необхідну інформацію;
- максимально обережно ставитися до оприлюднення джерел інформації. За переконаннями авторів посібника Європейського суду з прав людини «Захист журналістських джерел», указувати імена людей можна лише за абсолютної впевненості, що це їм не зашкодить; бути уважними до анонімних джерел, адже їх можуть використовувати для поширення неправдивої інформації. Якщо журналіст отримав фото та відеозаписи, зроблені іншими людьми, то він має перевірити на правдивість отримані файли [37];
- не вказувати місця зйомки та номери військових частин без дозволу командування. Медійники, як і пересічні громадяни, мають пам'ятати, що розголошення військової таємниці є кримінальним злочином. Тому під час фотографування військових частин заборонена панорамна зйомка, зйомка скупчення живої сили й техніки, розпізнавальних дорожніх знаків тощо. Фільмування обов'язково має бути узгоджене з командуванням. Це ж стосується знімання місць «прильотів»: на це мають надати дозвіл уповноважені особи. Якщо військові показують репортеру певні дані або розповідають про маршрути руху, журналіст обов'язково має уточнити, чи ця інформація є конфіденційною;
- дані про полонених, зниклих безвісти, загиблих та поранених мають бути ретельно перевірені в офіційних джерелах. Це стосується віку, імен та прізвищ, зовнішності й статусу особи;
- медійникам заборонено використовувати архівні фото та відео задля ілюстрації поточних подій у зоні бойових дій. Якщо ці зображення все ж необхідно додати до матеріалу, то слід указати дату зйомки та протитровано «Архів»;

- у висвітленні воєнних подій збалансованість подачі інформації не передбачає коментарів окупантів і терористів. Заборонено надавати виправдання агресора щодо воєнних злочинів росіян, агітації до насилля чи збройної агресії. «Уривки інтерв'ю з такими особами можуть транслюватися лише в частині озвучення фактичних даних. Також варто шукати альтернативні джерела до офіційних даних, адже вони також можуть бути неточними» [82], – зазначають у Центрі демократії та верховенства права;

- при висвітленні суспільно важливої інформації в умовах бойових дій, зокрема питання евакуації чи покидання приміщень, необхідно швидко оприлюднювати дані, але при цьому ретельно перевіряти інформацію. Це дозволить зменшувати паніку серед населення;

- поширення корисної інформації. В умовах війни медіа теж спроможне підтримати громадян повідомленнями про допомогу постраждалим, евакуацію, про надання благодійними організаціями харчових продуктів та психологічної підтримки тощо.

Перш ніж аналізувати висвітлення подій, пов'язаних із повномасштабною війною, варто зазначити, що в інтернет-виданні «Полтавщина» публікували матеріали щодо антитерористичної операції, яка почалася у квітні 2014 р. Наступні 7,5 років публікації мали переважно локальний характер, тобто інфоприводи були пов'язані з подіями під час АТО / ООС та з Полтавщиною або її жителями. Наприклад, інформація про відкриття в Полтаві пам'ятних дошок полеглим учасникам АТО [63], про будівництво Алеї Героїв на Центральному кладовищі [52]. Серед резонансної інформації під час АТО виділяємо висвітлення навмисного розбиття вандалами меморіальних дошок, присвячених полеглим бійцям АТО з Полтави [42].

Однак з початку повномасштабного вторгнення російської армії на територію України на сайті «Полтавщини» починають щоденну публікацію оперативної інформації Генерального штабу Збройних сил України [6]. Уранці кожного понеділка на сайті з'являється щотижнева інформація про

кількість загиблих на війні захисників України, які родом із Полтавщини. У цю кількість можуть входити не лише військові, які загинули за попередні 7 днів, а й ті захисники, тіла яких були ідентифіковані через кілька місяців після їх смерті. Зокрема, це військовослужбовці, які до ідентифікації тіла вважалися як зниклі безвісти. Є випадки, коли до тижневого списку втрат вносили імена військових, котрі загинули на війні пів року тому, але їх тіла перебували на окупованих територіях. Імена полеглих захисників указують лише після офіційного підтвердження їх загибелі.

Інформація про полеглих має бути обов'язково підтверджена в територіальному центрі комплектування і соціальної підтримки чи в місцевих органах самоврядування. Якщо про загибель захисника родичам повідомили побратими або волонтери, але вони ще не мали змоги впізнати тіло або отримали результати ДНК та не були повідомлені працівниками військкомату про втрату, то такий захисник офіційно не вважається загиблим. Навіть якщо побратими впевнені у його загибелі, «Полтавщина» не публікуватиме інформацію про це до підтвердження уповноважених органів. Важливо, що відомості про загибель військового інтернет-видання оприлюднює лише після того, як його родина була повідомлена представниками військкомату про смерть воїна. Такого правила журналістам необхідно дотримуватись, адже оприлюднення інформації про загибель військового до того, як це повідомили його рідним, може посилити шок і завдати додаткової психологічної травми близьким загиблого.

Задля уточнення, чи родина полеглого воїна офіційно повідомлена про втрату, журналісти можуть звернутися до речника територіального центру комплектування і соціальної підтримки. Там же можна уточнити дату смерті та посаду під час служби. Важливо: щотижневу інформацію про загибель захисників з Полтавської області збирають винятково з офіційних інтернет-ресурсів місцевих органів самоврядування або інших офіційних установ – сайтів міськрад або сайти територіальних громад, повідомлення на сайтах навчальних закладів тощо.

Адміністратор сайту «Полтавщини» закриває коментарі під матеріалами про кількість полеглих захисників України. Це зумовлено тим, що деякі користувачі можуть писати неетичні повідомлення, що може завдати переживань іншим читачам. У соціальних мережах під поширеними статтями «Полтавщини» про кількість полеглих захисників України користувачі переважно висловлюють співчуття. Зазначимо, що під іншими публікаціями інтернет-видання коментарі, в яких пропагується ворожість до України, видаляються, а авторів заблоковують.

У висвітленні інформації про обстріли російських окупантів Полтавщини журналісти мають дотримуватися вимоги щодо публікації лише офіційних даних. Інформацію про обстріли медійники отримують від керівників Полтавської обласної військової адміністрації або міських чи районних рад. Повідомлення, одержані не з офіційних джерел, не публікують у разі відсутності підтвердження від посадових осіб. Непідтверджена та неперевірена інформація щодо прильотів або звуку вибухів під час повітряних тривог, яка періодично з'являється в полтавських пабліках від анонімних користувачів, може бути елементом ворожої інформаційно-психологічної операції.

Для комунікації з журналістами створений офіційний Telegram-канал начальника Полтавської обласної військової адміністрації, в якому посадовець повідомляє інформацію щодо кількості збитих ворожих безпілотників і ракет, наслідки їх влучання. Саме цю інформацію журналісти інтернет-видання «Полтавщина» оприлюднюють на сайті.

Окрім даних про ворожі обстріли, важливою є публікація дозволених світлин і відео наслідків «прильотів». Це можуть бути фото й відео лише з офіційних джерел (сайти держустанов, Telegram-канали посадовців тощо) або світлини журналістів, яких рятувальники та поліція пропустили на місце влучання ворожих ракет чи безпілотників. Зображальні матеріали, які одразу після «прильотів» анонімні автори поширюють в соцмережах, інтернет-видання «Полтавщина» не публікує, адже такі знімки можуть зашкодити

обороні області або бути елементом ворожої ІІСО. Для прикладу, 7 травня 2023 р. російська ракета зруйнувала об'єкт інфраструктури в Карлівці. За кілька годин після «прильоту» одне з місцевих медіа опублікувало відео наслідків «прильоту» з уточненням локації, тобто назвою об'єкту, біля якого стався вибух. Ймовірно, це відео журналісти скачали із соціальних мереж, а житель Карлівки, який його опублікував, зробив це попри наказ № 73 від Головнокомандувача ЗСУ щодо заборони оприлюднення таких даних: інформація, яка може призвести до обізнаності противника про результати ракетних ударів по об'єктах інфраструктури, якщо така інформація не розміщувалася органами державної влади України. Після роз'яснень цієї вимоги редакції медіа відео видалили.

Наймасштабніший ракетний обстріл в Полтавській області відбувся 27 червня 2022 р., коли російські окупанти обстріляли ТЦ «Амстор» у Кременчуці. В усіх статтях, пов'язаних із обстрілом, журналісти «Полтавщини» використовували офіційні повідомлення начальника Полтавської ОВА, ДСНС області, міського голови Кременчука та заступника голови Офісу президента України К. Тимошенка [27].

До чутливих тем у висвітленні перебігу війни відноситься інформація про військових з Полтавщини, які зникли безвісти на території бойових дій. Ця тема має високий рівень суспільної чутливості, тому важливо публікувати лише перевірену інформацію із дотримання журналістської етики. 1 січня 2024 р. у «Полтавщині» з'явилася публікація «Зник безвісти полтавський військовослужбовець ЗСУ Володимир Паршевлук» [46]. Першоджерелом інформації про зникнення полтавця на території бойових дій став допис від 23 грудня в соціальній мережі Facebook його колишньої дружини. Проте інформація, опублікована ексдружиною, не вважається офіційною. Про зникнення В. Паршевлука повідомили через тиждень – 1 січня, після того, як дані про зниклого військовослужбовця опублікували на сайті Міністерства внутрішніх справ України.

Подекуди до редакції «Полтавщини» звертались дружини зниклих безвісти військових з проханням оприлюднити інформацію про те, що їхніх чоловіків тривалий час розшукують, сподіваючись, що це допоможе їх знайти в полоні. Однак журналісти не публікували таку інформацію без дозволу командування військової частини, в якій служили зниклі безвісти чи без альтернативного офіційного підтвердження про те, що військових розшукують. Така поведінка мотивується тим, що необережне висвітлення теми зниклих безвісти військових може зашкодити їх пошуку й ускладнити перебування в полоні.

Великий резонанс у суспільстві викликають скарги родичів військових на умови служби та нібито погану підготовку до виконання бойових завдань. На початку 2023 р. у соціальних мережах почали з'являтися відео, в яких бійці 116 бригади територіальної оборони розповідали про відсутність забезпечення після направлення з Полтавщини в Донецьку область. У відео повідомлялося, що начебто, окрім поганого забезпечення, на виконання завдань відправляють непідготовлених бійців. До редакції «Полтавщини» зверталася дружина одного із тероборонівців зі схожими скаргами.

Під час особистого спілкування з іншими родичами бійців 116 бригади тероборони, які перебували на службі в Донецькій області, не всі погоджувались зі скаргами на погане забезпечення та непідготовленість бійців до виконання бойових задач. Інформацію щодо скарг редакції не підтверджували й не коментували офіційні джерела, тому журналісти вирішили не публікувати розповідь дружини бійця територіальної оборони через відсутність балансу думок й можливості перевірки достовірності інформації. У цьому позиція членів редакційного колективу відрізняється від тенденції, про яку свідчать журналістикознавці: «Під час російсько-української війни найбільше порушуються регіональними ЗМІ баланс думок, повнота, достовірність та відокремлення фактів від коментарів» [35].

У випадку публікації слів дружини без можливості перевірки їх правдивості, по-перше, були б порушені етичні норми журналістики, а, по-

друге, публікація неперевіреної резонансної інформації у важкий період оборони Бахмута могла б завдати репутаційних втрат для Збройних Сил України. Тож при висвітленні подібних скарг необхідно перевіряти інформацію, адже цим можуть скористатися росіяни у своїй ворожій пропаганді.

26 січня, через два тижні після появи у соцмережах подібних відео, ситуацію зі скаргами прокоментував начальник Полтавської ОВА Д. Лунін: він звернувся до журналістів з проханням не «качати» тему морального стану тероборони, яка воює на передовій у районі Бахмута та Соледару. Посадовець повідомив, що після повернення бійців на Полтавщину правоохоронці мають надати оцінку командуванню бригади щодо проведеної підготовки: «Я досить часто проговорюю питання щодо потреб з командирами, чи не щодня направляємо їм допомогу. Начальники РВА майже щодня зустрічаються з рідними військовослужбовців, ми маємо спілкування, ми забезпечуємо рідним військовослужбовців комунікацію з керівництвом бригади. Я не всю маю інформацію, а ту яку знаю, не можу говорити.

Дійсно, є поранені та втрати. Я розумію рідних. Ми будемо надавати їм ту інформацію, яку дозволяє наше законодавство. У Полтаві залишилися офіцери бригади, які зустрічаються й навіть зобов'язані зустрічатися з матерями та дружинами військових» [45].

У коментарях до цієї публікації на сайті «Полтавщини» читачі переважно критикували владу області. Автори коментарів не називають свої імена, а вказують нікнейми: «Ну да, офіцери особливо кадрові ті що навчались в тилу з кавою та дівчатами а на передку мобілізовані та в кращому випадку з кафедрою потавського строяка...чи не прав?» (користувач 777Genie); «Адміністрація як з іншої планети. Думають, що вони царьками поставали і люди та правоохоронці та інші нічого не бачать чи не знають, шо в області відбувається? Шо твориться у нас в держорганах? Де там та весна вже.... Молода команда згадана вище то ще була дуже навіть нічого в

порівнянні з теперішньою тут!» (користувач KetrinPoltava); «Не знаю як вони туди попали без підготовки, але давайте почекаємо їх повернення". Ніяких термінів і, звісно ж, гарантій, що повернуть їх живими. Росія чинить геноцид проти українців ззовні, а безграмотна влада на місцях – зсередини» (користувач Омела)» [45].

Зауважимо, що такі коментарі користувачів є їхньою суб'єктивною думкою, яка не вважається репрезентативною щодо загальної думки аудиторії інтернет-видання.

У регіональному інтернет-виданні «Полтавщина» події війни висвітлюють переважно за допомогою інформаційних жанрів. Після початку повномасштабного вторгнення журналісти більше вдаються до публіцистичних статей про військових – розповіді про захисників України, які отримали серйозні травми під час несення служби в зоні бойових дій або загинули на війні. В інтернет-виданні опубліковані спогади колег, друзів та учнів скульптора, кераміста та викладача Полтавської художньої школи Святослава Пашинського [10], який загинув 26 березня 2022 р. біля села Новозлатопіль Запорізької області. Сюди ж відносимо розповідь К. Горбань про свого чоловіка льотчика В. Горбаня [11], який загинув торік 6 березня 2023 р., коли його екіпаж поверталися з успішного завдання: українські військові льотчики розбили велику колону ворожої армії, яка рухалась через місто Баштанка на Миколаївщині в напрямку Кривого Рогу. Інтернет-видання публікує нариси про полтавських військових, які зазнали тяжких поранень. Це розповідь стрільця М. Даценка, який утратив ногу [12], та бойового медика О. Журавля, якому через важке поранення ампутували ногу [7].

### **3.2. Розкриття проблеми корупції в органах місцевого самоврядування та місцевих органах виконавчої влади**

З початку створення сайту «Полтавщина» висвітлювала корупційні ризики в органах місцевого самоврядування, зокрема в Полтавській міській

радї, – це було головною інформаційною темою. Так само й після початку повномасштабного вторгнення журналісти інтернет-видання продовжили стежити за діяльністю органів місцевого самоврядування. Спрямованість інтернет-видання цілком відповідає одній із функцій регіональних медіа, про яку пише С. Матвієнків: «Місцеві медіа мають охороняти демократію на найнижчому рівні. Оскільки регіональні ЗМІ мають більший вплив на громаду, ніж всеукраїнські, то саме вони могли б сприяти ефективному виконанню обов'язків органами державної влади й місцевого самоврядування. ЗМІ мають сприяти самоорганізації місцевого населення та брати активну участь у житті громади» [35].

Розробник і співзасновник інтернет-видання Е. Ткаченко, пояснює з якою метою редакція розслідує й оприлюднює інформацію про корупцію в органах місцевого самоврядування: «Гроші люблять тишу. Корупціонери намагаються робити свої брудні справи тихо, не привертаючи зайвої уваги ані людей, ані правоохоронних органів. Натомість робота ЗМІ полягає саме в тому, щоб цю увагу привернути» [17, с. 2].

Люди, які звикли називати себе «звичайними», часто недооцінюють силу власної обізнаності й суспільного тиску. Одне якісне журналістське розслідування може знищити кар'єру політика – його більше ніколи не виберуть. Якщо після викривальної публікації соцмережі починають «гудіти», то правоохоронні органи, які до цього через відсутність політичної волі чи з інших причин могли закривати на цю тему очі, тепер змушені відкривати кримінальні провадження. Однак головна умова для цього – наявність суспільного резонансу. Якщо його немає, то не буде й потрібного антикорупційного ефекту.

На жаль, добитися суспільного резонансу не просто: «ЗМІ, які пишуть про корупцію, доводиться конкурувати за увагу читача з безліччю розважальних ресурсів. Корупція – це майже завжди цифри і складні схеми, одна думка про які може відлякати потенційного читача (глядача) від перегляду матеріалу, особливо коли завжди є більш проста альтернатива –

подивитися серіал чи смішні відео в TikTok. Тому для ЗМІ дуже важливо вміти подавати свої матеріали максимально доступною мовою, але не нехтуючи при цьому посиланнями на джерела інформації, за якими викладені в розслідуванні факти можна перевірити» [17, с. 3]. Додамо, що в цьому допомагають SMM-спеціалісти, які «пропускають» матеріали журналістів «крізь себе», знаходять суть і можуть з гумором та іронією подати цей матеріал у соцмережах (див. рис. 7).

Під час воєнного стану важливість висвітлення корупційних тем лише збільшилася: якщо раніше корупція впливала лише на рівень добробуту людей, то зараз вона ставить під питання обороноздатність держави, а отже, і її подальше існування. Антикорупційні журналістські розслідування дають можливість зміцнити міжнародну підтримку, оскільки інші країни й міжнародні організації більш охоче надаватимуть допомогу країні, що демонструє відданість боротьбі з корупцією.

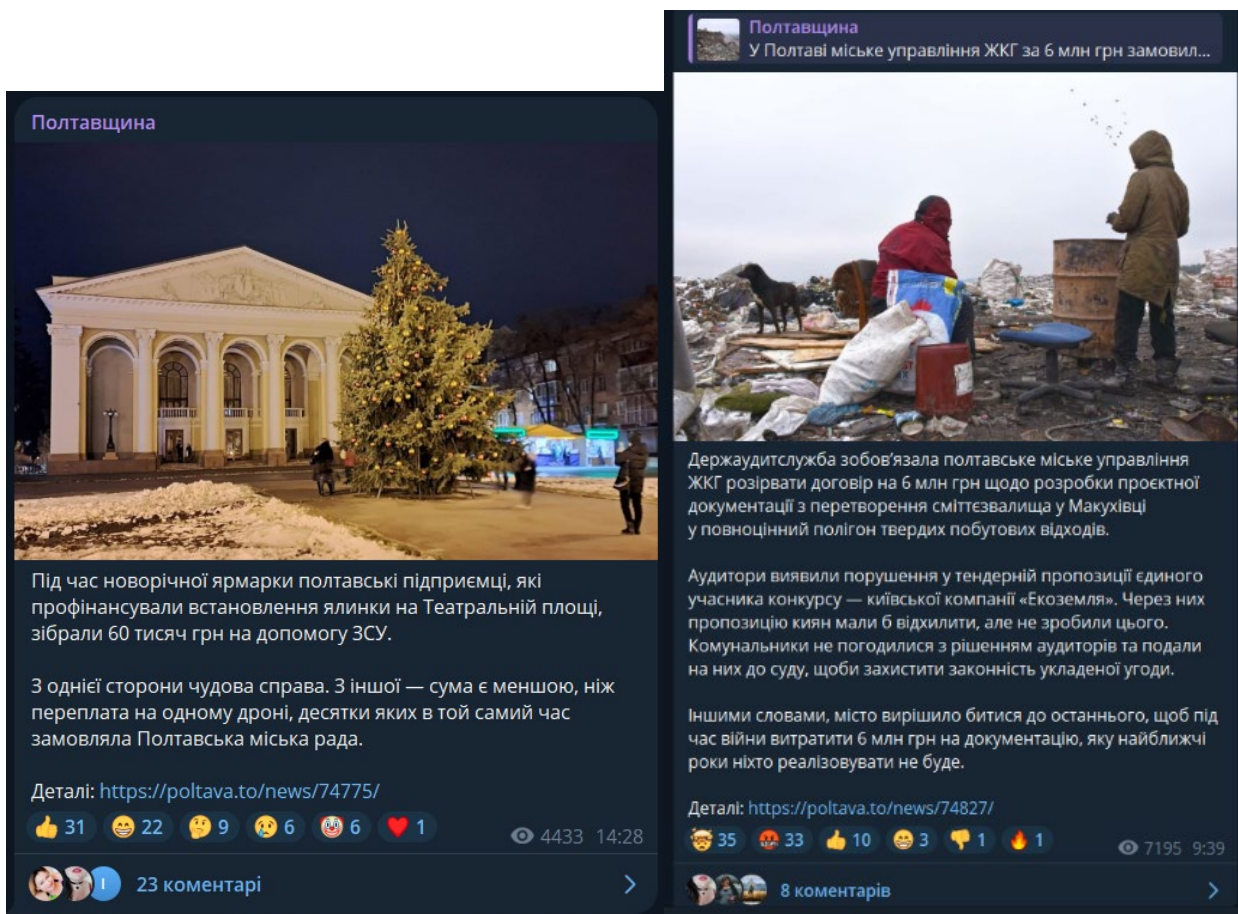


Рис. 7. Приклади опублікованих новин інтернет-видання «Полтавщина» у соцмережах.

Першим найгучнішим корупційним антикорупційним розслідуванням видання під час воєнного стану стала так звана «справа домогосподарок Мамає». Це розслідування стосувалося витрачання грошей з бюджету полтавської громади на заробітні плати прибиральниці та кухарки міського голови О. Мамає.

Редакція інтернет-видання «Полтавщина» регулярно перевіряє ухвали місцевих судів, тому першими з усіх полтавських ЗМІ, журналісти дізналися про резонансне антикорупційне розслідування щодо О. Мамає. 30 червня 2022 р. на сайті видання вийшов перший матеріал про відкриття кримінального провадження щодо фіктивного працевлаштування в комунальну організацію кухарки й прибиральниці міського голови [60].

Розслідування правоохоронці порушили ще до повномасштабної агресії російської армії – у грудні 2021 р., однак суд почав розглядати кримінальне провадження вже під час війни. З матеріалів справи, опублікованих в ухвалях у Єдиному державному реєстрі судових рішень, журналісти «Полтавщини» дізналися, що після переобрання на посаду міського голови у 2020 р. О. Мамає працевлаштував до КО «Інститут розвитку міста» на посади фахівців-урбаністок двох жінок без вищої освіти, які в реальності не з'являлися на роботі на комунальному підприємстві, а виконували обов'язки прибиральниці та кухарки за місцем проживання міського голови, його дітей і їхньої матері – у приватному будинку на вулиці Світанковій та у квартирі на вулиці Великотирнівській в Полтаві.

Розслідуючи незаконні витрати з міського бюджету, фахівці нарахували, що на заробітні плати прибиральниці й кухарки В. Кропивної та О. Кубай більш ніж за рік загалом було перераховано 571 682 грн. Спочатку кримінальне провадження розслідувала обласна поліція та прокуратура, потім справу передали до Києва в Національне антикорупційне бюро України. Після оприлюднення інформації на сайті «Полтавщини» О. Мамає у

коментарі назвав розслідування «нісенітницею» та спростовував виплати зарплат з міського бюджету його прибиральниці й кухарки [59].

У коментарях читачі іронізували щодо розслідування правоохоронців та звинувачували полтавців у тому, що вони втретє обрали мером міста корупціонера. Для прикладу, наведемо коментарі під публікацією Д. Синицької «Мер Полтави витратив на прибирання свого маєтку 270 тис. грн з бюджету міста» (збережено авторський текст): «Майже 30 тис. на місяць двом прибиральницям. Нехіла зарплата, я б теж пішов прибиральницею за такі гроші» (користувач Дід Пихто); «Мамай красава, так нагинати місто, робить все що хочеш, мутить крутить, і все йому п...ер і виберуть ще раз !!!!! полтавчани ви голота, ви челядь, ви кріпаки, ви бидло ....на жаль» (користувач Міхалсон); «З цього роя не буде ні пуйла. Як завжди конюх розрахується з поліцією квартирами для керовників, земельними ділянками в межах міста і все спустять на гальмах. Поліція вона не для народу, поліція, щоб оберігати владу і при цьому самій збагачуватись» (користувач Чубенко) [60].

Надалі редакція видання ретельно простежувала судові ухвали для оприлюднення нових подробиць розгляду кримінальної справи. Основними офіційними джерелами інформації був Єдиний державний реєстр судових рішень та офіційний сайт Судової влади України, адже правоохоронці не надавали інформації щодо розслідування, посиляючись на таємницю досудового слідства.

У березні 2023 р. голова громади пішов на угоду з прокурором про визнання винуватості й Вищий антикорупційний суд виніс вирок – річний іспитовий строк. На такий же термін його відсторонили від посади голови Полтави. Крім того, колишній міський голова компенсував збитки бюджету громаді й перерахував на потреби Збройних сил України 2 млн грн [43]. Річні умовні терміни також отримали колишня директорка «Інституту розвитку міста» Т. Татаріна, бухгалтер комунальної організації О. Шпіньова та фіктивно влаштовані працівниці В. Кропивна й О. Кубай.

Для редакції «Полтавщини» висвітлення цього розслідування мало вагоме значення, оскільки вони досягли своєї мети – боротися з корупцією в міській раді шляхом оприлюднення фактів. Вирок суду став першим, відповідного до якого міського голову Полтави позбавили повноважень.

Оскільки журналістське розслідування – це один із засобів боротьби з корупцією, з початку повномасштабного вторгнення, редакція інтернет-видання продовжувала моніторити закупівлі Полтавської міської ради, переконавшись, що спостереження і контроль можуть призвести до відкриття кримінального провадження щодо перевірки витрати бюджетних коштів.

У листопаді 2023 р. поліція повідомила про підозру у вчиненні службового злочину колишній керівниці комунального підприємства «Добробут» К. Гарбар. Досудове розслідування стосувалося закупівлі восени 2021 р. овочів, фруктів та горіхів за завищеними цінами та проведенні тендеру між двома спорідненими учасниками [50].

Аналіз цієї ж закупівлі журналістка «Полтавщини» Д. Синицька зробила ще два роки тому. У публікації від 24 листопада 2021 р. «Свято наближається: для полтавських шкіл замовили мандарини по 74 грн/кг» подавалася інформація про значні переоплати на продуктах [62]. З отриманої документації з електронної системи публічних закупівель Prozorro медійниця описала зв'язок між двома фірмами-учасницями тендеру з очікуваною вартістю в 10 млн грн: одна з них технічно зіграла конкурента.

У статті були проаналізовані завищені ціни на овочі, фрукти та ягоди, серед яких були і мандарини, ціна яких є предметом розслідування правоохоронців. Д. Синицька вказала, що ціна мандарин сорту «Клементина» відповідно до договору більша майже на 50%, ніж у супермаркетах.

Ще одну підозру колишній керівниці комунального підприємства «Добробут» К. Гарбар оголосили 10 січня 2024 р. й це розслідування теж стосувалося можливої корупції, про яку інтернет-видання «Полтавщина» опублікувало матеріал 2,5 роки тому. Йшлося про ймовірної переоплати з

міського бюджету за обладнання для їдалень навчальних закладів Полтави [47].

28 червня 2021 р. на сайті «Полтавщини» опублікували статтю про закупівлі професійного обладнання для шкільних кухонь з вартістю понад 14 млн грн. Усі тендери виграла новостворена фірма, пропозиції її конкурентів на закупівлі відхиляли через нібито знайдені помилки в документах.

У матеріалі інтернет-видання був проаналізований зв'язок між двома учасниками закупівель: фірми-переможця «Фудмікспостач» і технічного учасника ТОВ «БС-Фуд». Серед спільного журналісти знайшли однакову дату реєстрації полтавських підприємств. Крім того, статуту, накази й довідки, які подавалися у складі тендерних пропозицій, були відскановані на одному сканері, тому що зображення мають ідентичні цяточки фарби. Те, що одна із фірм є підставним учасником, а власником обох підприємств може бути В. Сергієнко – багаторічний постачальник послуг з харчування для Полтавської міської ради, журналістам видання «Полтавщина» підтвердили власні джерела [49].

Оприлюднюючи корупцію в закупівлях, журналісти можуть сприяти економії бюджетів громади, адже після суспільного резонансу, яке викликає розслідування, наступні закупівлі можуть відбуватися зі значно меншими витратами на такий же об'єм послуг. Найбільші корупційні ризики є у сферах будівництва (капітальних ремонтів) та управління житлово-комунального господарства.

Перевірки на можливу корупцію під час воєнного стану потребують також тендери освітньої сфери. 25 квітня 2023 р. на сайті інтернет-видання опубліковано статтю про розслідування поліції «Для шкіл Полтави замовили пів тисячі ноутбуків з націнкою у 80% – розслідування поліції» [44]. Слідчі перевіряли, чи доручав міський департамент освіти керівникам навчальних закладів укладати договори на комп'ютерну техніку зі заздалегідь визначеною групою підприємців. За версією досудового слідства, службові

особи департаменту освіти Полтавської міської ради доручили проведення державних закупівель безпосередньо закладами освіти, що дозволило «розбити» предмет закупівлі на 36 тендерів з очікуваною вартістю від 140 тис. грн до 490 тис. грн. Як і в прикладах про розслідування правоохоронцями закупівлі мандарин та обладнання для шкільних їдалень, інформація про перевірку правоохоронців закупівлі освітян з'явилася після розслідування журналістів «Полтавщини». У вересні 2022 р. Д. Синицька перевірила документацію цього тендеру на електронній системі публічних закупівель Prozorro, на основі чого оприлюднила статтю «У Полтаві для онлайн-занять у школах хочуть купити 457 ноутбуків з антибактеріальним покриттям» [64]. У ній журналістка зазначила, що у вимогах тендеру є дискримінація потенційних учасників закупівлі – вимога антибактеріального лакофарбового покриття з іонами срібла чи іншими активними компонентами на ноутбуках: «Окрім стандартних вимог щодо розмірів ноутбуків (15.6"), властивостей екрана (FullHD), процесора (Core i3 10 Gen+), обсягів пам'яті (8 Gb), обсягів диска (128 Gb SSD), наявності камер з мікрофонами, ліцензійних пакетів Windows та Office 2021 (з безстроковою корпоративною ліцензією), заклади виставили вимогу про те, що пристрої повинні мати «антибактеріальне лакофарбове покриття з іонами срібла чи іншими активними компонентами. На думку замовників, це має забезпечити пригнічення розмноження граммпозитивних і грамнегативних бактерій (стафілококу, кишкової палички тощо) на поверхнях, що є важливим, бо ноутбуками користуватиметься не один учитель» [64].

Потенційні учасники закупівель вважали вимогу антибактеріального покриття відверто дискримінаційною, такою, що значно скорочує кількість пропонованих моделей. У відповіді заклади зазначили, що такій вимозі відповідають Acer, Asus та ін.

За припущенням авторки, в освітян були попередні домовленості з майбутніми постачальником, що й мали перевірити правоохоронці після початку досудового слідства.

Новини, які впливають на реакцію громадян формують у суспільства розуміння: від їх голосу під час виборів залежить те, як у майбутньому керуватимуть містом та чи буде покращуватися його інфраструктура. Й каталізатором такого розуміння у суспільстві можуть бути антикорупційні розслідування на кшталт матеріалів інтернет-видання «Полтавщина». Для прикладу, численні публікації інтернет-видання про високу вартість виготовлення проектно-кошторисної документації, яку замовляє Полтавська обласна військова адміністрація та критику громадян (нерозуміння, чому при будівництві об'єктів чи їх капітальному ремонті витрачаються мільйони гривень лише на виготовлення документів та дозволів) щодо високовартісних коригувань цих документів. Стаття О. Гриненко «Щоб внести виправлення у документацію ремонту відділень психлікарні з бюджету Полтавщини витратять близько пів мільйона гривень», опублікована у квітні 2023 р., щодо витрат в майже 500 тис. грн з обласного бюджету на внесення доповнень в проектну документацію ремонту відділень психлікарні в Полтаві [13]. Також під час воєнного стану критику обласної влади провокували завищені ціни при купівлі необхідного обладнання.

Суспільний резонанс сприяв створенню робочої групи в Полтавській обласній військовій адміністрації для перевірки закупівель. У жовтні 2023 р., напередодні свого звільнення, начальник обласної військової адміністрації Д. Луїнін на апаратній нараді повідомив про створення робочої групи «Прозорість і підзвітність», яка перевірятиме можливу корупцію під час державних закупівель [51]. Посадовець розповів, що до її складу увійдуть представники Служби безпеки України, Національного антикорупційного бюро, поліції й керівники райрад. Одним із питань розгляду на початку роботи робочої групи, була стаття В. Ткаченка «Капремонт дитячого відділення інфекційної лікарні з 6-кратною переплатою на російських холодильниках», оприлюднена в «Полтавщині» [71].

Яскравим прикладом реакції влади на резонанс у суспільстві є публікація статті на сайті «Полтавщини» про переплату в понад 9 млн грн, у

порівнянні з ринковими цінами, під час закупівлі Полтавською міськрадою 170 дронів для військовослужбовців [73]. Вартість обладнання – майже 39 млн грн. Стаття В. Ткаченка «Полтава переплатила мільйони гривень на корупційні закупівлі дронів для військових» була опублікована 2 січня 2024 р. У ній автор зіставив ціни на придбання безпілотників Полтавською міською радою з ринковими цінами та вартістю, за якою дрони купували благодійні організації: «Якщо порівняти ціни від Полтавської міськради з волонтерськими, то загальна переплата складає майже 20 млн грн. Порівняння ціни від «Зед-Мобайл» з ринковими цінами у Prozorro вказує на переплату у понад 9 млн грн. Іншими словами, провівши більш адекватний тендер, Полтава могла б закупити щонайменше на третину більше дронів та зберегти більше життів захисників» [73].

Наступного дня після виходу матеріалу під час засідання виконкому Полтавської міської ради на питання депутата міськради С. Капліна про закупівлю дронів секретар міськради К. Ямщикова відповіла, що інформація про проведення тендеру буде перевірятися.

У закупівлі постачальником дронів було товариство з обмеженою відповідальністю «ЗЕД-Мобайл», його співзасновник Ю. Коновальчук обіцяв звернутися до правоохоронних органів та подати до суду на журналіста інтернет-видання «Полтавщина» за матеріал про організований тендер під одного учасника та великої націнки на безпілотниках [20]. Підприємець повідомив, що через суд вимагатиме спростування інформації та «вибачення за брехню». Крім того, він зауважив, що подаватиме до суду через публікацію його персональних даних – реєстрацію юридичної особи підприємства. Ю. Коновальчук надав свої аргументи щодо обґрунтування цін закупівлі (надаємо авторський текст пояснення):

- «наявність товару» – цей товар надзвичайно дефіцитний і знайти його у тій кількості це питання черг у виробників, імпортерів, щоб прискорити поставку доводиться переплачувати постачальникам, щоб вони посунули в чергах інших покупців;

- «валютний курс» – цей товар імпортується. І собівартість (а отже і ціна) того, що імпортована за курсом 26, і того, що імпортоване за курсом 39 не одна й та сама. Різниця у собівартості складає понад 40%;
- «термін поставки» за умов блокування кордонів та відсутності товароперевезень ці необхідні дрони треба було ледве не в руках переносити на митницю, що вплинуло на вартість логістики;
- «умови оплати» – післяплата, яка відбувається в закупівлях змушує постачальника брати кредити та позички, а в даний час це тільки позики і не тільки в банку, тому що банки зараз грошей не дають в борг в такій кількості навіть короткостроково (а кредит на такій закупівлі не маленький, як і застава до нього, комісії та відсотки). Тобто, окрім переplat за користування грошима ці гроші виймаються з обороту підприємства, що створює додаткові ризики, які повинні компенсуватися» [20].

Однак через два дні в Полтавській обласній військовій адміністрації відбулося чергове засідання робочої групи «Прозорість та підзвітність». Метою засідання групи був тендер Полтавської міської ради щодо закупівлі дронів. На засідання запросили журналіста «Полтавщини» й повідомили, що поліція почала перевірку щодо можливого порушення статті 191 Кримінального кодексу України – «привласнення, розтрата майна або заволодіння ним шляхом зловживання службовим становищем» під час закупівлі безпілотників.

На засіданні робочої групи «Прозорість та підзвітність» керівниця податкової служби Полтавщини А. Рябкова розповіла, що на одному квадрокоптері була націнка майже 100 тис. грн: «Нами проаналізовано цінову політику ТОВ “ЗЕД-Мобайл”, який реалізував зазначені квадрокоптери. <...> Чітко видно, що ТОВ “ЗЕД-Мобайл” придбало зазначені квадрокоптери в одного постачальника – у київського ТОВ «Комел», який здійснює імпорт продукції з Польщі, Туреччини та КНР. Ціна, яка використана для проведення торгів, це 136 тис. грн на Mavic 3 Fly. Тоді як ціна придбання –

78–107 тис. грн. Ця ціна була протягом 2023 року. Оголошена ціна на Mavic 3T – 304 тис. грн. Ціна, за яку придбав коптер «ЗЕД-Мобайл» у ТОВ «Комел» (Brain.ua – Авт.) – 181–229 тис. грн. Маємо націнку близько 100 тисяч гривень на одному квадрокоптері. Ціна квадрокоптера Autel — 361 тис. грн. Ціна, за яку придбав «ЗЕД-Мобайл» — 300 тис. грн за одиницю.

Дивним є ще один факт. Якщо ми відстежуємо ланцюг придбання продукції від імпортера до «ЗЕД-Мобайл», то змінюється модифікація продукції. Тому ми потім передамо матеріали на прокуратуру, щоб відслідкувати ідентичність продукції, яка завозилася на територію України, і фактично реалізованої. “ЗЕД-Мобайл” не надавав послуг з перепрошивки чи іншого поліпшення» [16].

Наразі у правоохоронних органах триває перевірка вартості, за якою Полтавська міська рада закуповувала дрони. Придбані безпілотники передали військовим частинам, які їх потребували. Деякі полтавці, які підтримали підприємця Ю. Коновальчука в бажанні подати до суду за опублікований матеріал, зазначали, що такі статті можуть «зривати» закупівлі для військових. Однак, контракт на закупівлю 170 дронів був укладений до виходу матеріалу в інтернет-виданні. Гроші близько 39 млн грн за обладнання постачальнику перерахували до виходу статті, тому ця закупівля була запланованою й викриття журналіста ймовірної корупції не вплинуло на планову передачу безпілотників військовим. Про кожну таку передачу обладнання Полтавська міська рада звітувалася на офіційному сайті.

Після повідомлення правоохоронців щодо початку закупівлі виконуюча обов’язки міського голови Полтави відреагувала на своєму Telegram-каналі. Посадовиця повідомила, що закупівлі мають бути максимально відкритими та прозорими. Секретар міської ради розказала, що в Департаменті цивільного захисту, який організував закупівлю дронів, призначено нового керівника О. Сорокового. Хоча цього посадовця планували призначити на посаду директора департаменту ще до оголошення закупівлі.

У відповідь на інформаційний запит «Суспільне.Полтава» в головному управлінні Державної податкової служби в Полтавській області повідомили, що під час моніторингу закупівлі виявлені переплати: «Ціни, за якими в громаді купили дрони перевищують максимально можливі, як їх торік продавав постачальник» [16].

Журналістам «Суспільне.Полтава» фахівці обласного управління ДПС повідомили, що в тендерній документації виявлено диспропорцію:

- «2022 та 2023 ТОВ “Зед-Мобайл” купував дрони “DJI Mavic 3 Fly More Combo” за ціною від 78 333,3 гривень до 107 454,2. Ці ж дрони продали Полтавській громаді за 136 159,83 гривні;
- 2022-го та 2023-го ТОВ “Зед-Мобайл” купував дрони “DJI Mavic 3T” за ціною від 181 670 гривень до 209 663,35. Ці ж дрони продали Полтавській громаді за 304 510,77 гривні.

Переплата на цій закупівлі дронів може сягати більше 10 млн гривень» [16].

Закупівлю дронів проаналізувала представниця Інституту масової інформації в Полтавській області Н. Кучер. У своєму матеріалі «Як у Полтаві працює розслідувальна журналістика та які у неї результати» [25] авторка описала проблему розслідування: вартість та кількість дронів, порівняла ціни, указані в документах на Prozorro, з ринковими цінами та вартістю, за якими благодійні організації купували такі ж безпілотники.

Журналістика навела коментар юриста Інституту масової інформації Р. Головченка щодо звинувачень підприємця Ю. Коновальчука щодо оприлюднення журналістами його персональних даних. За словами юриста, в юридичних осіб не буває персональних даних. Може бути конфіденційна інформація, але не на печатці й не та, що є у відкритому доступі на майданчику публічних тендерних закупівель Prozorro.

Судового позову редакція інтернет-видання «Полтавщина» від представників ТОВ «ЗЕД-Мобайл» не отримувала. Як повідомив представниці ІМІ автор розслідування В. Ткаченко, прямих погроз через

публікацію він не отримував. У матеріалі Н. Кучер зазначено слова автора розслідування: «Лише головному редактору дзвонив один з депутатів міськради та кричав, що він мені “є\*\*\*о наб’є”, бо “військові прочитають та кинуть йому гранату, а в нього діти» [Цит. за: 25].

До поліції із заявою про такі погрози з редакції «Полтавщини» звернень не надходило. Представниці Інституту масової інформації В. Ткаченко розповів, що його більше засмутила реакція однієї посадової особи міськради, яка доповіла одному з керівників області, що “це була замовна стаття”. Тобто була реакція не на зміст статті, а навпаки – на поширення наклепу щодо причин її появи. Автор розслідування розповів Н. Кучер, що проблема в тому, що подібні провадження розслідує поліція: «Корупцію подібних масштабів (у випадку дронів, так точно) має розслідувати НАБУ. Принаймні, сподіваюсь, що згодом провадження буде передане від слідчих поліції до детективів бюро, як це було зроблено в історії з Мамаєм. Відповідно, процесуальне керівництво здійснюватиме САП, а розглядатиме напрацювання слідчих не Октябрський райсуд Полтави, а Вищий антикорупційний» [Цит. за:25].

За словами журналіста-розслідувача, наразі немає успішних історій щодо вироку з відповідальності причетних до переplat, однак правоохоронці відкривали десятки проваджень з порушень, які висвітлювала редакція «Полтавщини»: «Є тільки щось схоже на успіх. Наприклад, після купи статей про харківських підрядників була притягнута до відповідальності одна з власниць харківських компаній. Але вирок смішний: з майже мільярда гривень освоєних коштів слідчі довели привласнення лише кількох мільйонів, а суд призначив умовний термін та штраф.

На будь-якому етапі може втрутитись такий чинник як “політична воля”. Точніше, її відсутність. Полтавська міська рада щороку фінансує на доволі великі суми поліцейських. Чи буде гавк йти на загострення відносин з міською радою, якщо залежний від її допомоги?” [Цит. за: 25].

У матеріалі «Як у Полтаві працює розслідувальна журналістика та які у неї результати» Н. Кучер зазначила, що після повідомлення про відкриття кримінального провадження щодо перевірки дронів, спостерігається перекидання провини: «Наприклад, депутат Вадим Ямщиковий (однопартієць та чоловік секретарки Полтавської міськради Катерини Ямщикової) вважає звинувачення депутата Сергія Капліна від «Партії простих людей», що Катерина Ямщикова не повинна відповідати за закупівлю дронів із переплатою. Також у міськраді озвучували думки, що Ямщикова повинна нагородити Лозовського, Пругла і Лисогора (команда сайту “Полтавщина”, - авт.) почесними відзнаками за те, що вони моніторять закупівлі» [25].

У висновку регіональна представниця Інституту масової інформації зазначила, що «у Полтаві є дієва розслідувальна журналістика, за матеріалами якої поліція порушує кримінальні справи. Можливо, вони стануть рушієм того, що кримінальні справи перетворяться у дійсно ефективні та законні судові рішення» [25].

З необхідністю журналістських розслідувань під час воєнного стану погоджується Комісія з журналістської етики. 2 березня 2023 р. була опублікована заява Комісії про важливість журналістських розслідувань під час війни [14].

Заява пов'язана із суспільним резонансом розслідування журналістів загальнонаціональних медіа про закупівлі продуктів харчування для армії («Дзеркало тижня») та про відпочинок за кордоном депутатів і прокурорів («Схеми», «Українська правда»). Після розслідувань парламент ухвалив закон про запровадження прозорості в оборонних закупівлях, а уряд заборонив топ-посадовцям виїздити за кордон на відпочинок під час воєнного стану.

Фахівці КЖЕ зазначили, що автори деяких резонансних журналістських розслідувань стали об'єктом для критики через помилки у своїх публікаціях. Зокрема, одна з таких публікацій про начебто наявність

російського паспорта у посадовця Міноборони О. Лієва, відповідно до чого й була подана заява до КЖЕ.

Врахувавши вказані події, пов'язані із журналістами-розслідувачами, Комісія з журналістської етики зробила заяву, в якій зазначила: «Воєнний стан у державі і обмеження, які накладаються на поширення певної інформації, не повинні призводити до відмови від журналістських розслідувань. У мирний час великий обсяг відкритих даних унеможлиблює або принаймні знижує ризик зловживання з боку чиновників або політиків. В умовах війни, коли прозорість ухвалення рішень і конкуренція обмежені, а реєстри закриті, громадяни здебільшого не мають можливості дізнатися правду. Завдяки журналістам-розслідувачам робота влади стає більш прозорою для громадськості.

Теми, пов'язані з можливими фактами корупції під час воєнного стану, викликають підвищену увагу і вимагають від журналістів особливо ретельної перевірки фактів перед оприлюдненням» [14].

Спеціалісти Комісії з журналістської етики закликають дотримуватися професійних стандартів під час розслідувань працівників медіа в період воєнного стану, засуджують переслідування журналістів-розслідувачів за їхню роботу через ненависницькі онлайн-атаки в соціальних мережах.

Таким чином, якісна інвестиційна робота журналістів під час повномасштабного вторгнення забезпечує необхідний контроль за діями влади з боку громадянського суспільства, примушує її бути більш відповідальною, сприяє зменшенню корупційних дій та ухваленню необхідних для країни рішень.

### Висновки до 3 розділу

В умовах воєнного стану інтернет-видання «Полтавщина» скоригувало свій контент відповідно до потреб читачів. Інформаційні матеріали пов'язані з безпековою ситуацією в області, проблемам територіальної оборони, мобілізації тощо. З'явилося більше художньо-публіцистичних дописів, присвячених загиблим воїнам (нариси, спогади) і військовим, які після поранення й реабілітації адаптуються до мирного життя. Збільшилася кількість аналітичних статей, у яких висвітлюються проблеми корупції в органах місцевого самоврядування та місцевих органах виконавчої влади, зокрема щодо закупівлі військового обладнання.

Зважаючи на це, можна стверджувати, що «Полтавщина» має великий вплив на громаду, оскільки сприяє формуванню соціально й політично активного громадянина, ефективному виконанню обов'язків органами державної влади й місцевого самоврядування.

## ВИСНОВКИ

У магістерській роботі проаналізоване висвітлення новин у регіональному засобі масової інформації в умовах воєнного стану. Дослідження відбулося на прикладі провідного медіа Полтавської області — інтернет-видання “Полтавщина”. Задля аналізу об’єкта дослідження, залучено широкий спектр наукових розвідок, серед яких роботи дослідників полтавських медіа. Зокрема, це дослідження Н. Алексеєнко, Л. Бутко, О. Лук’яненка, М. Степаненка, С. Семенко, В. Хміль-Чуприни. Дослідження дозволило виявити типологічні особливості регіональних ЗМІ, їх відмінність від загальнонаціональних медіа.

Об’єкт дослідження — сайт інтернет-видання “Полтавщина”, заснований в кінці 2009 року. Робота редакції сайту спрямована на висвітлення корупційних ризиків у діяльності місцевих органів самоврядування та оприлюднення новин, які пов’язані з громадами Полтавщини. Сайт видання розроблений за проєктом його співзасновника Е. Ткаченка, має рубрики, які систематизують матеріали за жанрами: «Головна», «Новини», «Блоги», «Проєкти», «Фото», «Досьє», «Афіша», «Карта Полтави», «Війна», «Допоможіть армії», «Події», «Політика і влада», «Економіка і бізнес», «Спорт», «Суспільство», «Культура і освіта», «Кримінал», «Здоров’я», «Цікавинки», «Архів».

Антикорупційні журналістські розслідування на сайті інтернет-видання “Полтавщина” призводять до суспільного резонансу. Також журналісти шукають ексклюзивну інформацію, а не орієнтуються на інформаційні приводи висвітлені на інших місцевих регіональних ЗМІ.

Завдяки висвітленню резонансних новин та викриттю корупції, редакція інтернет-видання “Полтавщина” має свою аудиторію. Відмінність комунікації інтернет-видання зі своїми читачами, полягає в активній участі громадян у пошуку інформаційних приводів для розслідувань журналістів,

зادля оприлюднення корупції ризиків у закупівлях органів місцевого самоврядування. Таким чином, особливість інтернет-видання “Полтавщина” як регіонального ЗМІ — це сприяння самоорганізації місцевих жителів задля участі у житті своєї громади. Активність громадян, у допомозі журналістам в пошуку резонансних новин, сприяє посиленню громадського контролю щодо рішень органів місцевого самоврядування.

Завдяки зорієнтованості на антикорупційних матеріалах та оприлюдненню інформації про порушення посадовців, регіональне ЗМІ — інтернет-видання “Полтавщина”, впливає на економію бюджетних коштів, зокрема Полтавської громади. Це відбувається після скасування корупційних тендерів, які висвітлили журналісти редакції “Полтавщини”. Також публікації регіонального медіа сприяють розумінню місцевих жителів як добробут їх громади залежить від рішень політиків. Завдяки оприлюдненню резонансної інформації про корупцію, інтернет-видання “Полтавщина” сприяє формуванню соціально й політично активного громадянина.

В умовах воєнного стану редакція інтернет-видання “Полтавщина” доповнила контент сайту інформацією загальнонаціонального характеру, яка пов’язана з безпековою ситуацією у державі. Також задля вшанування пам’яті воїнів, на сайті почали публікувати нариси та спогади про полеглих захисників України, які родом з Полтавської області. Так само журналісти редакції пишуть нариси про військових, які пройшли лікування та реабілітацію після важких поранень на війні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеєнко Н. М., Кантемірова Р. М. Розвиток друкованої періодики Кременчука. *Мас-медіа України на зламі епох: реалії та перспективи розвитку* : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції / відп. ред. Галич А. О. Старобільськ : Вид-во ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», 2018. С. 221–230.
2. Асауленко Є. До Євро-2012 у Полтаві відкриють швидкісний трамвай. *Полтавщина* : інтернет-видання. URL: <https://poltava.to/news/8619/> (дата звернення: 18.10.2023)
3. Бутко Л. В., Хміль-Чуприна В. В. Нове газетне видання «Кременчуцька газета» в інформаційному просторі міста. *Мас-медіа України на зламі епох: реалії та перспективи розвитку* : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції / відп. ред. Галич А. О. Старобільськ : Вид-во ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», 2018. С. 230–237.
4. Вербовий Р. М. Гіперлокальні медіа як різновид ЗМК: визначення поняття, функції, видова характеристика. *Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки*. 2015. № 2. С. 73–77.
5. Верменич Я. В. Територіальна організація в Україні як наукова проблема: регіонально-історичний та політико-адміністративний виміри. Київ : Інститут історії України НАН України, 2008. 160 с.
6. Війна з РФ (вибірка публікацій). *Полтавщина* : інтернет-видання. URL: <https://poltava.to/tag/2320/> (дата звернення: 18.09.2023)
7. Гриненко О. «Боровся за моє життя, як за своє»: бойовий медик з Полтави рятував поранених на фронті. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 28 травня. URL: <https://poltava.to/news/71454/>
8. Гриненко О. В Полтаві міський департамент замовив набори для уроків хімії з переплатою в майже 100 тис. грн. *Полтавщина* : інтернет-

видання. 2023. 13 листопада. URL: <https://poltava.to/news/73961/> (дата звернення: 18.11.2023)

9. Гриненко О. Голову Полтавського райсуду підозрюють у роботі на російське ФСБ та «зливі» інформації про українських захисників. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 27 квітня. URL: <https://poltava.to/news/70992/> (дата звернення: 18.10.2023)

10. Гриненко О. «Напередодні своєї загибелі врятував побратима»: рік тому на війні за Україну загинув полтавець Святослав Пашинський. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 26 березня. URL: <https://poltava.to/news/70539/> (дата звернення: 09.11.2023)

11. Гриненко О. Рік тому загинув полтавський льотчик, який розбив колону російської армії, що рухалася в сторону Кривого Рогу. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 9 березня. URL: <https://poltava.to/news/70265/>

12. Гриненко О. «Хочу стати психологом-реабілітологом, бо бачу скільки проблем у військовослужбовців»: боєць з Полтавщини повернувся із США після протезування. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 16 квітня. URL: <https://poltava.to/news/70835/> (дата звернення: 12.12.2023)

13. Гриненко О. Щоб внести виправлення у документацію ремонту відділень психлікарні з бюджету Полтавщини витратять близько пів мільйона гривень. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 27 квітня. URL: <https://poltava.to/news/70983/> (дата звернення: 12.12.2023)

14. Заява КЖЕ про важливість журналістських розслідувань під час війни. *Комісія з журналістської етики* : сайт. URL: <https://cje.org.ua/statements/zaiava-kzhe-pro-vazhlyvist-zhurnalistskykh-rozsliduvan-pid-chas-viyny/> (дата звернення: 12.12.2023)

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

16. Ізотов І. Полтавська громада закупила дрони з переплатою в 50% — податкова Полтавщини. *Суспільне. Полтава* : сайт. 2023. 15 січня. URL:

<https://suspilne.media/662086-poltavska-gromada-zakupila-droni-z-pereplatou-v-50-podatkova-poltavsini/> (дата звернення: 12.12.2023)

17. Ізотова О. Інтерв'ю з розробниками сайту «Полтавщини» Е. Ткаченком та В. Ткаченком. *Архів О. Ізотової*. 2023. 3 с.

18. Каліна І., Даниліна О. Функціонування регіональних засобів масової інформації в небезпекових та карантинних умовах. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2023. № 1. 64–68.

19. Кандюк-Лебідь С. В. Проблеми типоформування регіональних інтернет-ЗМІ в сучасному світі. *Інформаційні комунікації в культурі та мистецтві*. URL:

<http://libs.mfknukim.mk.ua/bitstream/123456789/1766/1/%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%8E%D0%BA->

[%D0%9B%D0%B5%D0%B1%D1%96%D0%B4%D1%8C\\_39-41.pdf](http://libs.mfknukim.mk.ua/bitstream/123456789/1766/1/%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%8E%D0%BA-%D0%9B%D0%B5%D0%B1%D1%96%D0%B4%D1%8C_39-41.pdf) (дата звернення: 18.10.2023)

20. Коновальчук Ю. Роз'яснення ТОВ «Зед Мобайл» щодо закупівлі дронів Полтавською міськрадою. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2024. 3 січня. URL: <https://poltava.to/news/74675/> (дата звернення: 08.01.2024)

21. Корчагіна О. В., Носко А. М., Сєногонова Г. І. Особливості сучасної світової журналістики: основні риси медіаконтенту в період глобалізації. *Регіональні ЗМІ України : історія, сучасний стан та перспективи розвитку* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Полтава, 30–31 берез. 2023 р. / відп. ред. Галич А. О. Полтава, 2023. С. 14–23.

22. Котляр Д. О. Типологічні особливості сучасної преси та проблеми розвитку регіональних ЗМІ. *Гуманітарний вісник ЧДТУ. Серія: Історичні науки*. 2020. Т. 32. Вип. 12. С. 102–112.

23. Кучер Н. Полтавщина: як влада замовляє рекламу для реакції на журналістське розслідування та просить вплинути на роботу медіа. *Ptv* : сайт. 2021. 26 жовтня. URL: <https://imi.org.ua/blogs/poltavshhyna-yak-vlada->

zamovlyaye-reklamu-dlya-reaktsiyi-na-zhurnalistske-rozsliduvannya-ta-prosyti-  
i42445 (дата звернення: 12.10.2023)

24. Кучер Н. Як полтавські медіа просувають свій контент у соцмережах. *Інститут масової інформації* : сайт. 2023. 31 жовтня. URL: <https://imi.org.ua/blogs/yak-poltavski-media-prosuwayut-svij-kontent-v-sotsmerezah-i56520> (дата звернення: 12.12.2023)

25. Кучер Н. Як у Полтаві працює розслідувальна журналістика. *PTV*: сайт. 2024. 17 січня. URL: <https://ptv.ua/blogs/257c60c5-aeaa-4906-bd01-fda82a9c40c2> (дата звернення: 17.01.2024)

26. Лисогор М. Біленький заперечив, що впливав на перейменування вулиці Маршала Бірюзова у Решетилівську. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 5 квітня. URL: <https://poltava.to/news/70676/> (дата звернення: 12.11.2023)

27. Лисогор М. Ракетний удар по ТРЦ у Кременчуці: кількість загиблих зросла до 18. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2022. 28 червня. URL: <https://poltava.to/news/66730/> (дата звернення: 14.11.2023)

28. Лисогор М. Суд виправдав коментатора «Полтавщини» Мишку, якого звинувачували у сепаратизмі. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2020. 10 серпня. URL: <https://poltava.to/news/56832/> (дата звернення: 12.10.2023)

29. Лук'яненко О. В. Засоби масової інформації та електоральні уподобання полтавського регіону (за матеріалами «Зорі Полтавщини» за 2004 рік). URL: <http://surl.li/pkrs1> (дата звернення: 12.10.2023)

30. Лук'яненко О. Коловорот виборчих технологій: досвід Полтавщини. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/14825/2/Conf\\_2008v2\\_Lukianenko\\_O-Kolovorot\\_vyborchikh\\_tekhnolohii\\_26.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/14825/2/Conf_2008v2_Lukianenko_O-Kolovorot_vyborchikh_tekhnolohii_26.pdf) (дата звернення: 12.10.2023)

31. Луцюк І. Регіональні ЗМІ у медіознавчому дискурсі: визначення та історіографія питання. *Теле- та радіожурналістика*. 2015. Вип. 14. С. 64–68.

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

33. Марушкіна І., Танчин І. Регіональні ЗМІ в епоху нових медіа. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2013. Вип. 38. С. 503–508.

34. Матвієнків С. М. Регіональні ЗМІ як інструмент формування локальної ідентичності. URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/4945-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-9932-1-10-20180123.pdf> (дата звернення: 12.10.2023)

35. Матвієнків С. М. Регіональні медіа: дефініція поняття та особливості функціонування в умовах російсько-української війни 2022 року. URL:

<http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6342/13378-1?inline=1> (дата звернення: 25.10.2023)

36. Недопитанський М. І. Сучасна українська періодика: типологічний аспект. *Електронна бібліотека Інституту журналістики КНУ ім. Т. Г. Шевченка* : сайт. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1553> (дата звернення: 22.10.2023)

37. Нестеряк Н. Ю. Гіперлокальні медіа: перспективи для України. 2014 р. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 130–134.

38. Обліковий запис в Instagram інтернет-видання «Полтавщина». URL: <https://instagram.com/poltava.to?igshid=dmtiYjd0NGF6ZXR5> (дата звернення: 22.10.2023)

39. Полежаєв Ю. Г. Особливості місцевої тревел-журналістики в контексті розвитку внутрішнього туризму. *Держава та регіони*. 2013. № 2. С. 102–105.

40. Полтавщина : інтернет-видання. URL: <https://poltava.to/> (дата звернення: 18.01.2024)
41. Пругло Я. Бітум за 26 мільйонів гривень Полтаві поставить депутат від «Совісті України». *Полтавщина* : інтернет-видання. 2013. 24 квітня. URL: <https://poltava.to/news/21915/> (дата звернення: 22.12.2023)
42. Пругло Я. В Полтаві за ніч невідомі розбили 5 меморіальних дощок загиблим воїнам АТО. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2016. 11 вересня. URL: <https://poltava.to/news/39980/> (дата звернення: 22.12.2023)
43. Пругло Я. Вищий антикорупційний суд оголосив вирок міському голові Полтави. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 2 березня. URL: <https://poltava.to/news/70210/> (дата звернення: 22.12.2023)
44. Пругло Я. Для шкіл Полтави замовили півтисячі ноутбуків з націнкою у 80% – розслідування поліції. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 25 квітня. URL: <https://poltava.to/news/70956/> (дата звернення: 22.12.2023)
45. Пругло Я. Дмитро Лунін: Після повернення 116-ї окремої бригади тероборони з фронту правоохоронці нададуть оцінку її командуванню. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 26 січня. URL: <https://poltava.to/news/69756/> (дата звернення: 22.12.2023)
46. Пругло Я. Зник безвісти полтавський військовослужбовець ЗСУ Володимир Паршевлук. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2024. 1 січня. URL: <https://poltava.to/news/74650/> (дата звернення: 02.01.2024)
47. Пругло Я. Екс-посадовиці КП «Добробут» Катерині Гарбар оголосили другу підозру – за переплати на придбанні обладнання. 2024. 18 січня. *Полтавщина* : інтернет-видання. URL: <https://poltava.to/news/74774/> (дата звернення: 02.01.2024)
48. Пругло Я. Олексій Гавриков найбільше боїться виглядати адвокатом Андрія Матковського. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2010. 24 вересня. URL: <https://poltava.to/news/5144/> (дата звернення: 22.12.2023)

49. Пругло Я. Новостворена фірма-прокладка виграла усі багатомільйонні тендери нового комунального підприємства з харчування школярів Полтави. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2021. 28 червня. URL: [https://poltava.to/news/61475/?fbclid=IwAR3ulSy\\_vpaB6kbedcMpKPVnv0fEoRDL0gsmC3Y9xgzvo2iMWodx5FzyaTc](https://poltava.to/news/61475/?fbclid=IwAR3ulSy_vpaB6kbedcMpKPVnv0fEoRDL0gsmC3Y9xgzvo2iMWodx5FzyaTc) (дата звернення: 22.12.2023)
50. Пругло Я. Поліція повідомила про підозру экс-керівниці КП «Добробут» Катерині Гарбар за корупційну закупівлю мандаринів 2021 року. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 24 листопада. URL: <https://poltava.to/news/74116/> (дата звернення: 22.12.2023)
51. Пругло Я. При Полтавській ОВА створена робоча група, яка перевірятиме можливу корупцію під час державних закупівель. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 9 жовтня. URL: <https://poltava.to/news/73436/> (дата звернення: 18.10.2023)
52. Пругло Я. У Полтаві на Алеї Героїв розпочали будівництво меморіалу воїнів АТО. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2016. 25 серпня. URL: <https://poltava.to/news/39797/> (дата звернення: 18.10.2023)
53. Різун В. В., Скотникова Т. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві. 2-е вид. перероб. і доп. Київ : Преса України, 2008. 144 с.
54. Русиняк А. І. Регіональні ЗМІ у процесі демократичних перетворень в Україні: специфіка та проблемний вимір. *Політикус*. 2020. № 6. С. 51–57.
55. Семенко С. Застосування гендерного підходу в регіональних медіа: ключові стратегії у висвітленні проблематики та руйнування стереотипів. URL: <http://surl.li/pkseo> (дата звернення: 19.10.2023)
56. Семенко С. Літературно-художні видання Полтавщини кінця ХХ – початку ХХІ ст. *Текст у масових комунікаціях: множинність інтерпретацій* : колективна монографія / гол. ред. Н. Ф. Баландіна. Харків : Експрес-книга, 2018. С. 12–60.

57. Семенко С. Роль регіональних ЗМІ у питаннях забезпечення гендерної рівності та протидії будь-яким видам дискримінацій. *Людина в українському суспільстві в системі цінностей прав людини: сучасний вимір медіадіяльності* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конференції (Київ, 14 травня 2021 р.). Київ : Інститут журналістики, 2021. С. 187–191.

58. Синицька Д. В Полтаві кладуть новий асфальт поверх снігу. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2015. 28 грудня. URL: <https://poltava.to/news/36663/> (дата звернення: 19.10.2023)

59. Синицька Д. Мамай заявив, що не схожий на людину, яка може оплачувати роботу своїх домогосподарок за рахунок бюджету. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2022. 7 липня. URL: <https://poltava.to/news/66875/> (дата звернення: 29.10.2023)

60. Синицька Д. Мер Полтави витратив на прибирання свого маєтку 270 тис. грн з бюджету міста. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2022. 30 червня. URL: <https://poltava.to/news/66765/> (дата звернення: 19.10.2023)

61. Синицька Д. Рейтинг шкіл Полтави – 2016. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2016. 21 серпня. URL: <https://poltava.to/news/39737/> (дата звернення: 18.10.2023)

62. Синицька Д. Свято наближається: для полтавських шкіл замовили мандарини по 74 грн/кг. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2021. 24 листопада. URL: [https://poltava.to/news/63624/?fbclid=IwAR3yvEqbFXHshNH7zDh9txgoWhrOgDudrfP\\_zmMS0mAlZtTUp81Umf4dI3g](https://poltava.to/news/63624/?fbclid=IwAR3yvEqbFXHshNH7zDh9txgoWhrOgDudrfP_zmMS0mAlZtTUp81Umf4dI3g) (дата звернення: 18.10.2023)

63. Синицька Д. У Полтаві відкрили меморіальну дошку герою АТО Олександрю Фролову. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2016. 1 вересня. URL: <https://poltava.to/news/39866/> (дата звернення: 18.11.2023)

64. Синицька Д. У Полтаві для онлайн-занять у школах хочуть купити 457 ноутбуків з антибактеріальним покриттям. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2022. 29 вересня. URL: <https://poltava.to/news/68044/> (дата звернення: 12.12.2023)

65. Степаненко М. І. Літературно-мистецька Полтавщина : довідник. Гадяч : Вид-во Гадяч, 2013. 500 с.
66. Степаненко М. І. Періодичні видання Полтавщини. *Рідний край*. 2014. № 2. С. 230–239.
67. Сторінка у Facebook інтернет-видання «Полтавщина». URL: [https://www.facebook.com/poltava.news?locale=uk\\_UA](https://www.facebook.com/poltava.news?locale=uk_UA) (дата звернення: 18.10.2023)
68. Тарасюк В., Русинко-Бомбик Л., Брайлян О. Мова ворожнечі як проблема розвитку регіональних ЗМІ. *Права людини та масмедіа в Україні*. Ч. 3: зб. конспектів лекцій / за ред. Виртосу І., Шендеровського К. Київ : Інститут журналістики, 2021. С. 198–202.
69. Telegram-канал інтернет-видання «Полтавщина». URL: [https://t.me/poltava\\_to](https://t.me/poltava_to) (дата звернення: 18.10.2023)
70. Ткаченко В. За крок від втрати двох мільйонів: корупційний тендер із закупівлі сміттєвих контейнерів очікує затвердження переможця. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 12 жовтня. URL: <https://poltava.to/news/73482/> (дата звернення: 18.10.2023)
71. Ткаченко В. Капремонт дитячого відділення інфекційної лікарні з 6-кратною переплатою на російських холодильниках. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 8 жовтня. URL: <https://poltava.to/news/73413/> (дата звернення: 18.10.2023)
72. Ткаченко В. На наборах для кабінетів хімії полтавських шкіл хочуть вкрати півмільйона гривень. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 25 жовтня. URL: <https://poltava.to/news/73323/> (дата звернення: 18.10.2023)
73. Ткаченко В. Полтава переплатила мільйони гривень на корупційні закупівлі дронів для військових. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2024. 2 січня. URL: <https://poltava.to/news/74660/> (дата звернення: 17.12.2023)
74. Ткаченко В. Полтава проводить відверто корупційний тендер із закупівлі сміттєвих контейнерів. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 11 жовтня. URL: <https://poltava.to/news/73459/> (дата звернення: 17.10.2023)

75. Ткаченко В. Управління ЖКГ оголосило про скасування корупційного тендера на контейнери для сміття. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 13 жовтня. URL: <https://poltava.to/news/73504/> (дата звернення: 18.10.2023)

76. Ткаченко В. Школи Полтави провели корупційну закупівлю реактивів та обладнання для кабінетів хімії. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 11 вересня. URL: <https://poltava.to/news/73005/> (дата звернення: 18.10.2023)

77. Ткаченко В. На наборах для кабінетів хімії полтавських шкіл хочуть вкрасти півмільйона гривень. *Полтавщина* : інтернет-видання. 2023. 1 жовтня. URL: <https://poltava.to/news/73323/> (дата звернення: 20.10.2023)

78. Хміль-Чуприна В. В. Регіональні інтернет-ЗМІ як платформа для популяризації читання (на матеріалі інтернет-видання «Полтавщина»). *Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Буча, 26 березня 2019 р.). Київ : Міленіум, 2019. С. 92–94.

79. Чорна І. В. Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі жмеринської преси. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2015. № 1. С. 109–115.

80. Шмікл Ш. Як писати про війну. URL: <https://medialab.online/wp-content/uploads/2016/02/War.pdf> (дата звернення: 20.10.2023)

81. Шрамко Р. Г. Функційні особливості предикатів з інваріантною семантикою «суб'єкт – його внутрішній стан» в українському масмедійному дискурсі (на матеріалі інтернет-видання «Полтавщина»). *Young Scientist*. 2018. № 9.1 (61.1). September. С. 149–152.

82. Як правильно висвітлювати війну. *Центр демократії та верховенства права* : сайт. URL: <https://cedem.org.ua/consultations/yak-pravylyno-vysvitlyuvaty-vijnu/> (дата звернення: 21.10.2023)

83. Як правильно висвітлювати теми насильства, війни і трагедії. *MediaLab* : сайт. URL: <https://medialab.online/materials/yak-pravy-l-no-vy-svitlyuvaty-temy-nasy-l-stva-vijny-i-tragedij/> (дата звернення: 20.10.2023)

84. Кęра-Мęтрак J. Rola mediów w społeczności lokalnej. *Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych*: Urząd Marszałkowski. Kielce, 2009.

85. Protection of journalistic sources. European Court of Human Rights. September 2022. URL: [https://www.echr.coe.int/documents/d/echr/FS\\_Journalistic\\_sources\\_ENG](https://www.echr.coe.int/documents/d/echr/FS_Journalistic_sources_ENG) (дата звернення: 21.10.2023)

86. Redcliffe D. Here and now: UK Hyperlocal Media today. London : Nesta, 2012. 187 p.

Здобувач вищої освіти  
другого (магістерського) рівня

О. В. Ізотова

Науковий керівник:  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри журналістики

О.Л. Кравченко

Робота рекомендована до захисту на засіданні кафедри журналістики  
(протокол № 5 від 26 грудня 2023 р.).

В.о. завідувача кафедри журналістики

к.н. із соц.ком. доцент



Ольга КУЦЕВСЬКА