

Тетяна Приступенко,
кандидат історичних наук, професор,
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

Ірина Євдокименко,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
асистент кафедри історії журналістики,
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

ТВОРЧО-ПРОФЕСІЙНА ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Розвиток соціальних комунікацій в умовах глобалізаційних процесів створює підґрунтя для трансформації всієї медіасистеми. Ці процеси потужно впливають і на творчого-професійні аспекти діяльності медіа. У цьому контексті особливе значення набуває явище медіаконвергенції, яке дозволяє функціонувати системам медіа в мультимедійному середовищі, де відбувається їхнє взаємозбагачення та взаємодія. З розвитком цифрових медіа та комунікативних каналів спостерігається процес медіаконвергенції та конвергентної журналістики. Остання розуміється як особливий вид професійної діяльності з виробництва системи журналістських матеріалів. Відтак трансформація журналістської діяльності є важливим трендом у сучасній системі медіагалузі.

Аналізуючи вплив на професію журналіста багатьох факторів і чинників, виокремимо, на наш погляд, найсуттєвіші. Серед них – технологічний аспект, що сприяє підвищенню доставки інформації; візуалізація інформації як важливий засіб комунікації в медіасередовищі; багатоканальність та багатовимірність комунікацій. Ці та інші чинники призводять до зміни форм та способів збору і трансляції інформації. Такі новації, в свою чергу, є надзвичайно потужним сигналом щодо формування нових вимог до професійних та особистісних якостей і характеристик журналіста, а також теоретичного переосмислення принципів такої діяльності.

Трансформація журналістської праці полягає в її природі, яка передбачає висвітлення нових соціальних явищ у суспільстві, оволодіння новими формами відображення дійсності, перспективний пошук нових ідей та тем, які б відповідали запитам та уподобанням аудиторії. Відтак, основними факторами конкурентноспроможності медіа на сучасному ринку споживання інформації стають її зміст та його універсалізація, достовірність, оперативність, спрямованість, дизайн, залучення аудиторії в обговорення тем, дифузія жанрів. Останні характеризуються взаємодіяльністю та взаємозбагаченням. Як відзначає вітчизняна науковиця О. Голік, дифузія жанрів сьогодні демонструє основну форму презентації авторської думки, новітні тенденції розвитку жанрології XXI століття, колективну та індивідуальну творчість медійників. Основними чинниками жанроформування в медіа, на думку вченої, є політична система країни, інтенсивність та динамічність політичних процесів, ринкові умови існування медіа, розвиток інтернету, зарубіжних медіа, суміжних із журналістською сфер людської діяльності, взаємодія медіа між собою, загальний культурний рівень, аудиторії, професійна підготовка та майстерність журналістів. Жанри-гібриди та явище дифузії, як вважає дослідниця, допомагають медійникам знаходити адекватну форму аналізу подій, фактів і явищ, ефективно освоювати дійсність, надавати якісний контент, демонструвати творчу індивідуальність [1, с. 256].

Професійною особливістю сучасного журналіста стає технологізація діяльності: вміння поєднувати одночасно кілька видів роботи, задовольняти потреби та інтереси аудиторії, бути оперативним та мобільним. Цифровий світ поширення та продукування інформації кидає виклик журналістиці. Адже журналісти тепер мають прямий доступ до величезних масивів даних, які характеризуються мультимедійністю та мультиплатформністю. На думку вітчизняної дослідниці О. Кайди, сьогодні журналістські редакції перетворюються на «конвергентні ньюзруми» – редакції, що виробляють новини одночасно для всіх видів медіа, які входять до складу великого холдингу: інтернет, телебачення, радіо, друковані медіа та інші. Конвергентні редакції здатні продукувати новини з мінімальними витратами ресурсів та часу максимально різними каналами комунікації [6, с.118]. Конвергентна редакція передбачає відповідні зміни в організації складової діяльності медіа та його журналістів. Зокрема, йдеться про перегляд принципів планування та промоції матеріалів, прискорення циклу їх виробництва та поширення.

Відповідно до таких нових умов трансформації відбуваються й зміни в журналістській творчості. Так, на етапі створення тексту журналіст вдається до пошуків мультимедійних ефектів та систем виразних засобів, механізмів підсилення інтертекстуальності контенту, що значно розширює його компетенції.

Український дослідник Г. Почепцов пояснює нові методи роботи редакцій тим, що в сучасному світі журналіст повинен писати більше і більше за менші гроші. Але тоді перед нами виникає інформаційний простір, який взагалі формується не журналістами чи не тільки журналістами. На думку вченого, на трансформацію журналістської діяльності впливають наступні чинники: «новий дах», під яким розвивається журналістика; нові домінуючі комунікаційні носії; нові прикладні завдання, що виникають у цій сфері, бо прикладні завдання дають людські і фінансові ресурси [7].

Нові виклики в журналістиці призвели до функціонування так званого поняття «універсальний журналіст», яке передбачає наявність у медійника навичок і вмінь щодо створення відповідного формату інформації. Так, журналіст повинен вміти здійснювати селекцію фактів та даних, користуватися відеокамерою та іншою оргтехнікою, обробляти відео, аудіо, фотоматеріали, знати програми дизайну, писати тексти для різних платформ. І немає значення, чи журналіст працює в штаті, чи він є фрилансером, бо для нього в сучасних умовах є дуже важливим вищезазначений комплекс здібностей, а також здатність його мислити та жити інтересами аудиторії, задовольняючи її попит на відповідну інформацію.

Західні вчені С. Срінівасан та В. Лаврусик дотримуються думки про те, що сучасні журналісти повинні опанувати нові професійні якості. Так звана «tradigital-журналістика» передбачає використання арсеналу традиційної журналістики та оволодіння новітніми технологіями (програмами та платформами) [16]. Зокрема, В. Лаврусик виокремлює такі риси журналіста майбутнього: журналіст продукує свою творчість, відтак він повинен володіти азами бізнес-процесів; з метою створення платформ для презентації робіт знадобляться навички програміста (HTML, CSS, JavaScript, Python та ін.). Також журналіст повинен бути експериментатором та готовим засвоювати новий технологічний інструментарій; використовувати мультимедійні платформи (відеоблог); орієнтуватися на соціальну журналістику та намагатися бути «лідером думок»; виявляти активність у соціальних мережах; мати уявлення про SEO та його потенціал; дотримуватися базових журналістських принципів (етичні стандарти, об'єктивність, правдивість тощо) [13].

На думку вченого М. Житарюка, недоліками сучасної журналістської практики є ігнорування гуманізму та морально-етичних норм (деталізація трагедій, аварій, катастроф); підміна головного другорядним; лобювання популістських ідей та рішень; пропагування апатії та агресії. Журналісти перетворюються на

«медіапрацівників, редакторів-коректорів-перекладачів та плагіаторів інтернет-сміття, не соромляться підписуватись під чужими текстами, без жодних змін, навіть заголовків» [5, с. 117].

Такі негативні характеристики діяльності журналістів, як нам бачиться, можна скоригувати через саморегуляцію фаху, збагачення методів пізнавальної діяльності, отримання даних соціологічних досліджень, а також застосування методів медіапсихології, політичного, економічного, культурологічного аналізу дійсності. Саме така модель журналіста буде запорукою його затребуваності в аудиторії. Вона передбачає поєднання і громадянської свідомості, і медіаграмотність та медіаосвіту журналіста, його особистісні якості з професійними навичками та вміннями. Особлива роль в такій моделі належить комунікабельності журналіста в контексті співпраці з аудиторією. Так, невідповідність одного із таких компонентів унеможлиблює дієве та ефективне виконання ним журналістських функцій.

У контексті глобалізаційних процесів зазначена модель журналіста також корелюється переходом від «універсалізму» до «транспрофесіоналізму». Тобто, йдеться про фахівців з міждисциплінарною підготовкою, зорієнтованих на вивчення об'єкта в цілому та здатних до міжпрофесійної комунікації і трансдисциплінарного синтезу знань.

З цього приводу, західний вчений Дж. Хартлі підкреслює, що сучасний фах журналіста передбачає пошукові та редакторські навички, організаторські здібності та вміння подати матеріал. Наголошуючи на тому, що традиційно преса відтворювала існуючий дискурс, науковець зазначає, що редакторка журналістика вже сьогодні не виконує функцію формування «порядку денного», оскільки у сучасному медіаполі журналіст повідомляє інформацію індивідуалістичній публіці, чії вимоги висловлюються особисто без посередників. Результатом подібної взаємодії, робить висновок дослідник, є те, що не журналіст формує порядок, а публіка. Відтак, інформаційна система базується на переході від монологічного характеру інформації та «розірваної комунікації» як ознак традиційної моделі медіа, до інформаційного діалогу між виробником і одержувачем інформації, що призводить до «зменшення комунікаційного розриву» [12, с. 44].

З такою позицією Дж. Хартлі кореспондуються й думки західної дослідниці К. Райордан, викладені в роботі «Точність, незалежність та неупередженість: як зближуються стандарти традиційних та цифрових медіа у цифрову епоху». У своїй розвідці, науковця підкреслює, що завдяки розширенню ринку медіа, споживач у ХХІ столітті вже не покладається на єдине джерело інформації, маючи доступ до широкого спектру думок [15, с. 28].

Такі джерела альтернативних думок, як вважає західний вчений Дж. Павлік, допомагають всебічно представити факти, надаючи можливість для суспільства в цілому здійснювати «триангуляцію істини», на що не здатна традиційна журналістика з її орієнтацією на «ідеологію об'єктивності» [14, с. 93].

Цифрова епоха, як зауважує К. Райордан, із характерними для неї пояснювальною журналісткою і великими формами демонструє зосередження уваги на контексті, що у поєднанні із наявним спектром думок сприяє формуванню високого стандарту неупередженості для багатьох медіа [15, с. 28].

Науковець А. Каррах підкреслює зростання аудиторії до коментарів та думок з приводу подій, що призводять до активності журналістів у соцмережах. Лідери думок та «супержурналісти» підвищують привабливість новинних брендів в очах аудиторії та, завдяки, особистісному погляду, допомагають зорієнтуватися в потоці інформації [11, с. 87]. Такої ж думки дотримується й західний дослідник Е. Белл, який зазначає, що «індивідуальний голос [журналістів] посилюється завдяки соціальні медіа», відтак цифрова епоха вимагає від них наявності власного політичного судження, а не лише повідомлення новини [10].

У цьому контексті, вже згадувана науковиця К. Райордан, аналізує діяльність політичного журналіста Роберта Коста з «The Washington Post», який запропонував новий стандарт опрацювання певної події у газетних матеріалах, повідомленнях у твіттері та блогах [15, с. 28].

На наш погляд, умови глобалізаційних процесів передбачають рух журналістської діяльності в бік коментарів та аналізу інформації, зміни «жорстких» новин на «м'яку форму», виявлення сутності подій, що відбуваються, професійної фільтрації та інтерпретації інформації.

Неабияке місце в цій професійно-творчій трансформації журналістики посідає проблема освіти. Адже сам процес медіаконвергенції пов'язаний з навчанням та додатковою освітою журналістів. Він постійно вимагає оволодіння ними новими навичками та вміннями, переосмислення принципів роботи в контексті сучасних трендів журналістики.

Особливо актуально й важливо це звучить сьогодні, в умовах повномасштабного вторгнення РФ до України, яке спричинило, в тому числі, значні зміни в медійному просторі. Вони, на думку медіаекспертки Д. Дуцик, торкнулися медіаспоживання, руйнації ринку реклами, зміни медіаландшафту, пов'язаного, передусім, із зникненням величезної кількості традиційних медіа. Позначилися ці зміни й на самих журналістах, які, як зазначає дослідниця, «переживають суттєві особисті зміни, переосмислює професію і себе в професії» [4].

Таке переосмислення свого фаху, а на наш погляд, його трансформація, призвело до консенсусу в журналістському середовищі, розуміння необхідності дотримання встановлених правил роботи під час війни (Наказ Головнокомандувача ЗСУ від 3 березня 2022 року за № 73 Про організацію взаємодії між ЗСУ, іншими складовими сил оборони та представниками ЗМІ на час дії правового режиму воєнного стану), особливого режиму доступу до інформації визначеної поведінки в зоні ведення бойових дій тощо.

На жаль, доводиться говорити й про втрати серед журналістів під час війни. Так, міжнародна організація «Репортери без кордонів» у своєму звіті «Світовий індекс свободи преси 2022 року: нова ера поляризації» зазначала наступне: «на Сході Європи, окрім людських трагедій, війна, яку веде Росія в Україні, має руйнівні наслідки для свободи преси. За перший місяць російського наступу, який розпочався 24 лютого 2022 року, як мінімум 5 журналістів та працівників медіа загинули внаслідок обстрілів. Російська армія на окупованих територіях цілеспрямовано вибирала у вигляді мішені джерела новин та намагалася примусити до співпраці місцеві медіа» [9]. Наразі журналісти в Україні перебувають у більшій фізичній небезпеці, ніж будь-коли. Їх часто навмисно обстрілюють російські військові, незважаючи на позначки «Преса». Так, після 24 лютого 2022 року, було вбито 38 журналістів, 18 – захоплено або викрадено, 14 – зникли безвісти (доля 2 досі невідома) [4].

Усі ці події, а також введення воєнного стану після 24 лютого 2022 року безпосередньо, як вже зазначалося, вплинули на вітчизняну медіасферу та медіаспоживання. Зокрема, йдеться про суттєве зростання користування соціальними мережами, і, в першу чергу, телеграм-каналами. Це продемонструвало дослідження «Медіаспоживання українців під час війни», проведене Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення Громадської мережі ОПОРА. У результаті цього дослідження було встановлено, що вперше найпопулярнішою соцмережою для споживання новин в Україні став Telegram. Так, 76 % українців отримують новини із соціальних мереж, і 66% з них надають перевагу згаданому месенджеру, хоча з 2015 року чільне місце посідала соціальна мережа Facebook [8]. Тобто, йдеться про те, що в умовах війни традиційні медіа та їх журналісти змушені були переходити у соцмережі та розвивати свої канали там. А це, своєю чергою, прискорило структурні

зрушення в бік цифрового, мобільного медіасередовища, і, відповідно, змінило формати журналістики.

З цього приводу, як зазначає науковиця П. Дворянин, сьогодні спостерігається нова тенденція – «новинна журналістика стає журналістикою особистостей». Раніше, щоб уникнути упередженості у своїх репортажах і продемонструвати спостереження, а не себе, журналіст всіляко уникав розповіді від першої особи. Соцмережі, як далі зауважує дослідниця, повернули представникам медіа це право. Вони стали майданчиком для професійного зростання та налагодження зв'язків. У соцмережах важливо продемонструвати – чим ти займаєшся і чим будеш корисним. Тенденції українського медіа ринку свідчать про те, що цільова аудиторія мігрує до цифрових платформ. Отож, журналіст мусить йти туди, де його аудиторія. Присутність і активність у соцмережах стає професійним «обов'язком», а персональні бренди журналістів у соцмережах – «недооціненим активом». Аудиторії психологічно комфортніше сприймати контент, який виходить від конкретної людини, особливо, коли це впізнаваний у регіоні журналіст. Таку інформацію сприймають із більшим емоційним відгуком [2, с. 36–37].

Кейс журналіста цифрових медіа, на думку вченої, сьогодні складається з професійних компетенцій журналіста, його людських якостей, суспільних та життєвих позицій, а також зі стандартів, яких він має дотримуватися в роботі, подальшого бачення свого персонального розвитку. Комунікуючи з аудиторією, журналістові варто чітко окреслити тему, в якій він розвиває свою експертність, а також – створювати й закріплювати відповідні потрібні асоціації з брендом – через тексти, історії, візуальні образи [2, с. 37-38].

І ця сьогоднішня реальність творчої-професійної трансформації діяльності журналіста повністю підтверджується й традиційним щорічним прогнозом щодо розвитку медіа в 2023 році Інституту із вивчення журналістики Ройтерз (Reuters Institute for the Study of Journalism – RISJ) при Оксфордському університеті. Зокрема, у звіті старшого наукового співробітника Ніка Ньюмана зазначалося, що медіа будуть більше говорити про свої журналістські цінності, місію та якість журналістики, пов'язану з конкретними питаннями, такими, як війна в Україні, кліматичні зміни тощо... 2023 рік сприятиме розвитку технології та трансформації самих медіа відповідно до вимог часу. Запровадження новітніх технологій сприятиме розвитку медіа у нових форматах та на нових цифрових майданчиках. Наступні кілька років визначатимуться не тим, як швидко медіа перейдуть на цифрові технології, а тим, як вони трансформують контент, щоб відповідати швидкозмінним очікуванням аудиторії [3].

Отже, еволюція журналістики є найважливішим наслідком функціонування глобалізаційних процесів у світі. Трансформація базових принципів журналістської діяльності стає основою фундаменту фаху та його ціннісною сутністю. Сьогодні наше суспільство в умовах війни потребує соціально-значиму верифіковану та відрефлексовану інформацію, яка може транслюватися усіма існуючими каналами та платформами. Саме таку інформацію здатні реалізувати професійні журналісти.

Вплив на журналістику нових комунікативних практик формує нові властивості її діяльності: швидкість виробництва інформації, участь аудиторії у формуванні «порядку денного» та продукуванні контенту, монополізація ролі журналіста у процесах отримання, обробки та поширення контенту. Кейс сьогоднішнього журналіста-універсала передбачає безперервність створення інформаційного продукту, оперативність та продуктивність, якісно новий рівень взаємодії з аудиторією, володіння технічними навичками, визначення оптимальної медіаплатформи для трансляції певної події та вміння працювати враховуючи її специфіку.

Список використаної літератури

1. Голік О. Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів: характеристика та специфіка понять. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. 2008. Вип. 1 (16). С. 256–265.
2. Дворянин П. Розвиток особистого бренду журналіста в сучасних умовах // Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві:: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції до 31-ї річниці Незалежності України / упор. Ю. Казімова. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. С. 36–38.
3. Денисюк В. Тенденції та прогнози розвитку журналістики, медіа та технологій у 2023 році від Інституту Ройтерс із вивчення журналістики. *ЖТА: вебсайт*. 20.01.2023. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/tendentsii-ta-prohnozy-rozvytku-zhurnalistyky-media-ta-tekhnohiiy-u-2023-rotsi-vid-instytutu-rojters-iz-vyvchennia-zhurnalistyky/> (дата звернення: 10.05.2023).
4. Дуцик Д. Як трансформуються українські медіа у вогні війни: лекція. *ЖТА: веб-сайт*. 28.09.2022. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/yak-transformuiutsia-ukrainski-media-u-vohni-viyny-lektsiia-diany-dutsyk/> (дата звернення: 10.05.2023).
5. Житарюк М. Трансформаційні тенденції сучасної журналістики: до питання про функції і принципи. *Вісник Львівського університету*. Серія: Журналістика. 2011. Вип. 34. С. 109–120.
6. Кайда О. Організація роботи конвергентного ньюзруму в регіональному медіапросторі України. *Світ соціальних комунікацій*. 2013. Т. 9. С. 118–121.
7. Почепцов Г. Трансформації теорії журналістики під тип суспільства. *DM MediaSapiens*: вебсайт. 25.01.2011. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/10511/2011-01-25-georgiy-pocheptsov-transformatsii-teorii-zhurnalistyky-pid-typ-suspilstva/> (дата звернення: 10.05.2023).
8. Романюк А. Ілюзія безпеки: Telegram. *Українська правда*: вебсайт. 29.07.2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/07/29/7360729/> (дата звернення: 10.05.2023).
9. Україна знизилася на дев'ять позицій у всесвітньому індексі свободи преси «Репортерів без кордонів». *ІМІ*: вебсайт. 03.05.2022. URL: <https://imi.org.ua/news/ukrayina-opustylasya-na-dev-yat-pozytsij-u-vsesvitnomu-indeksi-svobody-presy-reporteriv-bez-kordoniv-i45322> (дата звернення: 10.05.2023).
10. Bell, E. (2014) Digital hacks may need a transfer window as talent moves up a league. *The Guardian*. 2 Feb 2014. Retrieved from: <https://www.theguardian.com/media/2014/feb/02/digital-hacks-transfer-window-talent> date of application: 10.05.2023).
11. Currah, A. (2009) What's happening to our news. Oxford: RISJ. 165 p. Retrieved from: <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:86de3c9d-cc55-4608-a433-9d630fd3b53b> (date of application: 10.05.2023).
12. Hartley, J. (2000) Communicative Democracy in a Redactional Society: *The Future of Journalism Studies*. *Journalism* 1(1). Pp. 39–48.
13. Lavrusik, V. (2009). 8 Must-Have Traits of Tomorrow's Journalist. Mashable. Retrieved from: <http://mashable.com/2009/12/09/future-journalist/#A45o0Yto1qq> (date of application: 10.05.2023).
14. Pavlik, J. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press. 272 p.
15. Riordan, K. (2014) Accuracy, Independence, and Impartiality: How Legacy Media and Digital Natives Approach Standards in the Digital Age. Oxford: Reuters Institute, Oxford University. 70 p.

URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-06/Accuracy%2C%20independence%2C%20impartiality%20Look%20at%20legacy%20and%20digital%20natives.pdf> (date of application: 10.05.2023).

16. Sreenivasan, S. (2010) The Future Journalist: Thoughts from Two Generations. Mashable. Retrieved from: <https://mashable.com/archive/future-journalist-thoughts> (date of application: 10.05.2023).

*Юлія Любченко,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя, Україна*

НОВИННІ НАРАТИВИ ЗАПОРІЗЬКИХ МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ

Повномасштабна війна в Україні змінила поведінку аудиторії ЗМІ щодо споживання інформації. Згідно з останніми дослідженнями, у 2022 році рівень довіри споживачів до новин зріс. І хоча українці стали частіше читати новини через соціальні мережі (60 % аудиторії), довіра до регіональних медіа також зросла [3, с. 4]. Такий інтерес до регіональних джерел зрозумілий, бо стосується власної безпеки громадян, їхньої уваги до території, де вони мешкають, інфраструктури, якою користуються повсякчас тощо. Погоджуємось із думкою, що «слово «інформувати» стало дорівнювати «попередити» та «захистити». Оперативна та коректна подача інформації в ЗМІ попереджує паніку в суспільстві чи навіть зриває плани ворога» [1, с. 44]. Тому саме регіональні медіа сьогодні в більшій мірі формують інформаційний порядок денний мешканців того чи іншого регіону, відображають настрої громад, вказують на проблеми і в окремих випадках сприяють їх вирішенню. Цим і зумовлена актуальність нашої розвідки, що має на меті з'ясувати основні новинні нарративи запорізьких онлайн-медіа після повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

Для дослідження ми обрали новинні повідомлення двох онлайн-видань Запорізької області «061.ua» і «Inform.zp.ua» що за даними платформ контент-маркетингу PRNEWS.IO і SimilarWeb, залишаються популярними серед читацької аудиторії регіону [2]. На ресурсі «Inform.zp.ua» щодня у стрічці новин публікується в середньому 10-11 повідомлень, сайт «061.ua» щоденно подає 13-14 новин. Ми дослідили зміст новинних повідомлень протягом квітня 2023 року, всього опрацьовано 700 публікацій зі стрічки новин.

Абсолютна більшість матеріалів (90% новин) прямо чи опосередковано стосуються теми війни в Україні. Запоріжжя – прифронтове місто, більшість території Запорізької області окуповано російськими загарбниками, тому очевидно, що воєнна проблематика є основною в стрічці новин місцевих онлайн-медіа. Зокрема, 30% новинних повідомлень подають інформацію про ситуацію на фронті, наслідки ракетних ворожих атак по місту й області, обсяги руйнувань у регіоні («Ворог вдарив по Оріхову», «По Запоріжжю вдарили «шахеда»). Ці матеріали ґрунтуються виключно на офіційних джерелах інформації (Генеральний штаб, Обласна військова адміністрація, ДСНС України в Запорізькій області тощо). 15% («061.ua») і 20% («Inform.zp.ua») повідомлень розповідають про ситуацію на окупованих територіях, переміщення російської техніки, поведінку окупантів тощо. Переважно цю інформацію журналісти публікують з посиланням на інсайдерські джерела або ж на представників української влади із цих територій («Мер Мелітополя про ранкові вибухи», «В Мелітополі зафіксовані нові підрозділи росгвардії»).

Решта 36-40% повідомлень стосуються новин на підконтрольній Україні території Запорізької області. Але й ці повідомлення стосуються наслідків воєнних дій. Це інформація про знешкодження снарядів, про колабарантів, волонтерство,