

УДК 022.704.31

**Корнієнко Надія Анатоліївна**

*студентка кафедри лінгводидактики та журналістики*

*Факультету права, гуманітарних та соціальних наук*

*Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*

**Воробйов Антон Вікторович**

*аспірант кафедри лінгводидактики та журналістики*

*Факультету права, гуманітарних та соціальних наук*

*Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*

## **ТЕМАТИЧНА СПЕЦИФІКА НОВИННОГО КОНТЕНТУ САЙТІВ ПРИФРОНТОВИХ МІСТ НА ПРИКЛАДІ САЙТУ «НІКОПОЛЬ ТУДЕЙ»**

***Анотація.** Досліджено новинні сайти прифронтових міст. Проаналізовано тематику сайту «Нікополь тудей». Доведено, що новинні сайти є важливим джерелом інформації для прифронтових міст, а для тимчасово окупованих територій інколи це єдиний спосіб дізнатися інформацію про перебіг подій на фронті.*

***Ключові слова:** новинний контент, тематика, сайт, зміст новин.*

**Постановка проблеми.** Після початку повномасштабної війни новинна журналістика в Україні репрезентує зміни. Особливо це стосується ЗМІ прифронтових міст. Надзвичайно популярними стають новинні сайти, бо вони оперативно викладають новини.

**Метою дослідження** є аналіз специфік новинного контенту сайтів прифронтових міст.

Пандемія, а згодом і війна, яку принесла Росія в Україну прискорила

тенденцію до споживання цифрових медіа, оскільки люди стали проводити більше часу вдома і менше часу займатися традиційними видами діяльності поза домом. Новинний контент став у пріоритеті на запити української громадськості та витіснив розважальний [1].

І. Жданова., Л. Бондаренко., А. Велічко провели дослідження та порівняльний аналіз частоти перегляду воєнних новин респондентами на початку воєнних дій в Україні у травні 2022 р. Результати якого показали, що якщо на початку воєнних дій переважна більшість людей (82,0%) дивилася воєнні новини дуже часто, більше 3 годин на день, то через три місяці картина суттєво змінилася. Статистично значущі відмінності зареєстровано за трьома частотами перегляду воєнних подій. Так, значуще знизилася кількість осіб, які на початку воєнних дій дивилися новини «щодня, більше 3 годин на день» – з 82,0% до 22,0% ( $p \leq 0,001$ ). При цьому вірогідно збільшилася кількість людей, які стали рідше дивитися воєнні новини, але все ж таки досить часто. Так, динаміка перегляду новин «щодня, від 1 до 3 годин» була наступною: збільшення з 12,0% до 44,0% ( $p \leq 0,05$ ). Аналогічна динаміка, але не така виражена, реєструвалася і стосовно частоти «щодня, до 1 години на день»: збільшення з 4,0% до 24,0% ( $p \leq 0,05$ ). Як у лютому, так і у травні 2022 року незначна кількість респондентів майже не цікавилася воєнними новинами: таких було від 14,0% до 18,0% [2].

На початку повномасштабної війни, у населення був дуже напружений психологічний стан, через це українці намагалися знайти якомога більше інформації про події на фронті, щоб заспокоїти свою нервову систему та бути в курсі останніх подій. Згодом психіка людей звикла до напруження і потреба і постійному пошуку інформації зменшилася, а з цим і зменшилася відвідуваність сайтів новин. Але, для окремих регіонів (мова передусім йде про зони наближені до бойових дій) новинні сайти залишилися ледь не єдиним способом отримання інформації

про перебіг подій в країні.

У зв'язку з воєнними діями та окупацією стали недоступними деякі джерела інформації. Наприклад, населення, яке немає супутникової тарілки або спеціальних девайсів та VPN сервісів, втратило можливість дивитися українське телебачення. Також люди втратили доступ до українського радіо, хоча це не є дуже відчутним, адже радіо не використовувалось як основний канал отримання новин. Основний пристрій для отримання новин – мобільний телефон. Це зумовлено насамперед відчуттям безпеки, адже у разі критичних обставин мобільний телефон легше «очистити» за декілька кліків видалити небезпечні додатки, інформаційні канали, почистити історію пошуку та захистити себе [4].

Українці, які раніше взагалі не сліdkували за новинами, почали їх активно відстежувати. У більшості споживачів у довоєнний час пріоритетним контентом був розважальний, а новинний – другорядним. Втім, з початком війни контент новин охопив більшість споживачів [5].

З початку повномасштабного вторгнення споживачі новин частіше стали переглядати новинні сайти. Змінилося ставлення до новин в цілому – раніше отримували інформацію про країну, світ просто, щоб бути в курсі подій, тепер відчувають гостру необхідність в отриманні інформації і більш зосереджені на новинах, які стосуються безпосередньо області або населеного пункту де проживають респонденти або їх близькі родичі [4].

В Україні триває повномасштабна війна, кожен громадянин країни щодня стикається з великою кількістю інформації, яка не завжди є правдивою, в інтернеті часто поширюються фейкові новини.

Як і традиційна війна, інформаційна теж має свої наслідки, які можуть своїми масштабами прирівнюватися до справжніх бойових дій. Наслідками інформаційної війни можуть стати: окупація певних територій агресором внаслідок дестабілізації ситуації в державі, або в окремих її областях (яскравим прикладом інформаційного протиборства стала

окупація Криму та контролювання східних регіонів України проросійськими сепаратистськими угрупованнями); посилення різних заходів, спрямованих проти владних структур міжнародними організаціями; міжнародна ізоляція держави, в результаті чого держава, проти якої спрямована інформаційна війна, не зможе впливати будь-яким чином на міжнародній арені; поява недовіри суспільства до правлячої верхівки та масова еміграція у пошуках кращого майбутнього; розкол населення як національного та культурного середовища, що призведе до його зникнення або пристосування до традицій і мови агресора. Наразі дуже важливо правильно та швидко публікувати новини про останні події на території нашої країни. В прифронтових містах обстріли відбуваються майже щодня, наслідки яких потрібно висвітлювати для того щоб якомога більша кількість людей дізналася про воєнні злочини країни агресора [3].

Розглянемо тематичну специфіку сайтів прифронтових міст. На сайті «Нікополь тудей» новини діляться на п'ять категорій, кожна з них містить від семи до одинадцяти рубрик, але незважаючи на таке різноманіття тем, в пріоритеті стоять новини міста. Перша новина, яку журналіст публікує на сайті, містить інформацію про те, як минула ніч в районі, чи були обстріли, які наслідки. В останній публікації повідомляється про події дня. Інформацію для статті автор бере з офіційних джерел, з яких саме обов'язково повідомляє в своїй новині та дає активне посилання на першоджерело. Тому кожен відвідувач сайту може перейти та перевірити інформацію самостійно.

Також на сайті часто публікують інформацію про гуманітарну допомогу, для сайту новин прифронтового міста ця інформація є необхідною та важливою. Інформують відвідувачів сайту і про те, що попри майже щоденні обстріли, місто продовжує жити, комунальні працівники виконують свою роботу та наводять лад на вулицях. Повідомляють й про надзвичайні ситуації, які трапилися в районі, про

пожежі, дорожньо-транспортні пригоди, кримінальні злочини.

Окрім районних новин, публікуються й загальноукраїнські, сюди зазвичай пишуть про важливі події в Україні. Це можуть бути, як і надзвичайні ситуації, які відбулися в іншій області, але привернули до себе увагу значної частини аудиторії, так і зіркові новини, розважальний чи скандальний контент.

На сайті багато новин стосовно екології, глобального потепління, зміни клімату та її наслідків. Часто порушується питання про права людини та дискримінацію окремих верств населення в різних куточках світу. Журналісти розповідають про наукові досягнення, про новинки техніки, транспорту, про космос та досягнення науковців у його вивченні. З більш розважального контенту належать огляди на фільми, книги, лайфхаки різного спрямування, які спростять життя читачам. Настільки різноманітний контент створений для того, щоб привернути до сайту якомога більшу кількість відвідувачів. Також, автори намагаються розважальними, але в той самий час пізнавальними публікаціями розвантажити психіку мешканців прифронтового міста.

Отже, підсумувавши усе вищесказане, можна зробити такий **ВИСНОВОК**: сайти новин стали користуватися особливою популярністю з початком повномасштабного вторгнення в ворога Україну. Це відбулося внаслідок того, що психіка людей, особливо в перші дні намагалася заспокоїтися та постійно перебувала в пошуку якоїсь нової інформації, яка їй в тому б допомогла. Згодом, люди звикли до цього напруженого стану та попит на новини трохи знизився.

Новинні сайти є важливим джерелом інформації для прифронтових міст, а для тимчасово окупованих територій інколи це єдиний спосіб дізнатися інформацію про перебіг подій на фронті.

## **Література**

1. Голіцин А. Фролова В. Тенденції медіаспоживання в Україні у воєнний час. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Том 7, № 1.
2. Жданова І., Бондаренко Л., Велічко А. Психологічні аспекти інформаційного впливу під час воєнних дій в Україні. *Габітус*. 2022. Випуск 41. doi: <https://doi.org/10.32782/2663-5208>
3. Мудра І., Сінькова Є. Інструменти інформаційної війни проти України в інтернет-ЗМІ. URL: <http://surl.li/mrhed>
4. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022. URL: <http://surl.li/mlmav>
5. Kyiv International Institute of Sociology. (2022, June). Democracy, rights, and freedoms of citizens and media consumption in times of war [Research]. URL: <https://www.kiis.com.ua/materials/pr/202208>