МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МУНІЦИПАЛЬНОГО
УПРАВЛІННЯ ТА МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

На правах рукопису

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА НА ЗДОБУТТЯ СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»

СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ВИДАННЯ

Здобувача вищої освіти
Цибульського Романа
Ростиславича
освітньо-професійної програми
«Документознавство та
інформаційна
діяльність»
спеціальності 029 Інформаційна,
бібліотечна та архівна справа

_____
(підпис)

Науковий керівник:
к.філ.н., доцент Данькевич Ю.В.

_____
(підпис)

Національна шкала добре
Кількість балів 75
Оцінка: ECTS C

Київ – 2026

АНОТАЦІЯ

Цибульський Р.Р. Суспільно-політичні видання.

У роботі аналізується робота суспільно-політичних видань. Під час написання роботи було здійснено комплексну характеристику науково-теоретичних аспектів функціонування суспільно-політичних видань; охарактеризовано сучасний стан їх розвитку в умовах цифровізації інформаційного простору; здійснено аналіз принципів принципів ролі архівів та бібліотек в роботі суспільно-політичних видань.

електронного документообігу навчального закладу; висвітлено перспективи існування та розвитку суспільно-політичних видань друкованого та електронного форматів в умовах сучасного світу

Ключові слова: Суспільно-політичне видання, видавнича продукція, архів, суспільно-політичний журнал, загальнополітична газета

S U M M A R Y

Tsybulskyi R.R. Socio-Political Publications.

The paper analyzes the operation of socio-political publications. During the research, a comprehensive characterization of the scientific and theoretical aspects of the functioning of socio-political publications was carried out; the current state of their development in the context of the digitalization of the information space was examined; the role of archives and libraries in the operation of socio-political publications was analyzed. The study also highlights the prospects for the existence and development of socio-political publications in both print and electronic formats in the modern world.

Keywords: socio-political publication, publishing products, archive, socio-political journal, general political newspaper.

ЗМІСТ

Вступ.....4

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Класифікація та типологія суспільно-політичних видань.....8

1.2. Поняття, сутність та функції суспільно-політичних видань..... 12

Розділ ІІ. Аналіз сучасного стану суспільно-політичних видань

2.1. Характеристика сучасного ринку суспільно-політичних видань в Україні..... 23

2.2. Особливості діяльності бібліотек та архівів у роботі з суспільно-політичними виданнями..... 31

Розділ 3. Шляхи удосконалення роботи із суспільно-політичними виданнями

3.1. Інноваційні підходи до формування, збереження та популяризації суспільно-політичних видань.....38

3.2. Перспективи розвитку суспільно-політичних видань в умовах цифровізації..... 45

ВИСНОВКИ.....51

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 54

ДОДАТКИ

Вступ

Стрімкий розвиток інформаційного суспільства та сучасних комунікаційних технологій змінив роль Суспільно-політичних видань (далі - СПВ) у суспільстві. СПВ повинні перелаштовувати свою роботу під нові реалії споживання інформації суспільством та зберігати свої основні функції, якими є не тільки інформування суспільства про політичні, економічні, військові події, а також і забезпечення плюралізму думок, формування ідеологічних орієнтирів читачів, розвиток критичного мислення та інші.

Актуальність теми. Найбільш вагомими чинниками, що впливають на діяльність СПВ, є цифровізація суспільства та воєнні події в нашій країні. Перший чинник, цифровізація суспільства, змінив роботу усіх видів друкованих видань так як тепер більшість друкованих видань, переходять в онлайн формат. Другий чинник, повномасштабне вторгнення Росії в Україну, привело більшу увагу українців до суспільно-політичних новин, тому цікавість українців до джерел інформації таких як суспільно-політичні видання значно виріс.

СПВ грають ключову роль у формуванні суспільної думки під час війни. Це визначає проблематику цієї роботи. СПВ є джерелом до воєнної, політичної. економічної та культурної інформації країни та світу.

24 лютого 2022 року почалася нова фаза російсько-української війни, повно масштабне вторгнення російських військ. Війна, яка триває з 2014 року, є загальнонаціональної боротьбою за незалежність і суверенітет України. Водночас ця війна відображає вибір який зробила Україна, а саме відстоювання своєї приналежності до європейської цивілізації. Бути частиною західної європейської цивілізації означає сповідувати її засадничі цінності, права і свободи, що лежать в основі Західного світу. Однією з

ключових таких засад є свобода слова та відкритий вільний доступ до інформації.

Серед українських науковців цим питанням займалися дослідження цього питання такі вчені як Чадюк О.М. [57], Сідак В. С. [48], Городенко Л. М. [18], Боряк Г. В. [12]. Серед іноземних вчених цим питанням займалися Lazarsfeld P. [9], Beagle D. [6], Le Masurier M. [8].

Теоретична важливість дослідження складається з того, що отримані результати розвивають та поглиблюють наукові уявлення про суспільно-політичні видання. Дана робота може стати основою для подальших наукових досліджень теми «суспільно-політичні видання» та доповнює теоретичну основу предмета роботи.

Визначені проблеми потребують подальшого всебічного дослідження та пошуку шляхів їх вирішення.

Мета роботи. Метою роботи є створення та удосконалення існуючих теоретичних положень та практичних методів дослідження про роботу та особливості функціонування суспільно-політичних видань в умовах повномасштабного вторгнення та аналіз їхнього впливу на формування думки суспільства із використанням сучасних підходів та порівняння їхньої роботи до та після початку повномасштабної війни.

Завдання роботи

- дослідити та визначити роль та значимість суспільно-політичних видань у суспільстві
- охарактеризувати принципи та методи роботи суспільно-політичних видань

- порівняти роботу суспільно-політичних видань до та після початку повномасштабного вторгнення
- дослідити тенденцію розвитку суспільно-політичних видань в Україні після початку російської агресії
- проаналізувати особливості моделі та механізми функціонування взаємодії влади України та суспільно-політичних видань
- дослідити проблеми створення та розвитку СПВ в Україні в умовах сьогодення
- визначити роль суспільно-політичних видань у формуванні суспільної думки в умовах воєнного стану
- дослідити вплив цифрових платформ та соціальних мереж на діяльність суспільно-політичних видань в Україні
- проаналізувати рівень довіри населення до суспільно-політичних видань у воєнний та довоєнний періоди
- визначити роль фактчекінгових організацій та журналістських розслідувань у діяльності СПВ
- дослідити вплив міжнародних медіа та інформаційної підтримки партнерів України на розвиток вітчизняних суспільно-політичних видань

Предмет дослідження. Особливості роботи суспільно-політичних видань, вплив повномасштабного вторгнення та цифровізації світу на їхню професійну діяльність та їхній вплив на аудиторію.

Об'єктом дослідження є діяльність суспільно-політичних видань і їхні основні функції, серед яких – інформування аудиторії про політичні, економічні й військові події, формування громадської думки та вплив на суспільні настрої через певну ідеологічну спрямованість контенту.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання сформульованих висновків цього дослідженні у покращенні

роботи суспільно-політичних видань, покращенні їхній кооперації під час роботи з архівами та бібліотеками та популяризація серед населення.

Структура роботи. Дана робота складається з 61 сторінок включаючи загальну інформацію та додатки. Загальна інформація викладена в трьох розділах, кожен з яких має два підрозділи, а також вступу та висновків. У першому розділі я розглянув теоретичну частину теми моєї роботи, зокрема проводиться аналіз наукових підходів та джерел, а також узагальнюються існуючі теоретичні напрацювання. У другому розділі я розглянув проблематику мого роботи із всебічного актуального стану дослідження. Третій розділ включає практичні рекомендації щодо вдосконалення досліджуваної сфери, а також пропозиції щодо вирішення виявлених проблем і підвищення ефективності її функціонування.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Класифікація та типологія суспільно-політичних видань

Виданням вважають документ, що пройшов редакційно-видавниче опрацювання, виготовлений друкованим, електронним або іншим способом і має інформацію, призначену для поширення [10].

Згідно з ДСТУ 3017:2015, за періодичністю видання поділяються на неперіодичні, серіальні, періодичні та продовжувані. Неперіодичне видання виходить одноразово, і його продовження не є обов'язковим. Серіальне видання — видання, що виходить упродовж часу, тривалість якого попередньо не визначена, випусками, які мають спільну назву. Періодичне видання — серіальне видання, що виходить через визначені рівні проміжки часу та має встановлену щорічну кількість нумерованих або датованих випусків і спільну назву. Наприклад, щоденні журнали та газети.

Відповідно до ДСТУ 3017:2015, суспільно-політичне видання — це вид друкованої або електронної продукції, функцією якої є висвітлення державних, політичних, економічних та військових новин, призначених для публікації [11].

Видавнича продукція, своєю чергою, — це сукупність видань, призначених до випуску чи випущених у світ видавцем.

Тираж — це кількість виготовлених примірників видання. Своєю чергою, виготовлення — це виробничо-технологічний процес відтворення видавничого оригіналу визначеним тиражем [16].

За складом основного тексту СПВ можуть бути моновиданнями (тобто виданнями, що містять одну публікацію) та полівиданнями (такими, що містять декілька публікацій і обов'язково різних авторів), але в Україні для газет і журналів типовим є саме полівидання.

За аналітико-синтетичним переробленням СПВ за цим критерієм скоріше наближається до інформаційного або оглядового видання, тому що воно викладає систематизовану інформацію про події, а також коментує та оглядає їх.

СПВ за формою поширення можуть бути як друкованими, так і електронними. Друковані видання поширюються в матеріальному паперовому форматі у вигляді газет та журналів із чіткою періодичністю виходу. Прикладом можуть бути газета «Український тиждень» або «Урядовий кур'єр». За періодичністю друковані видання можуть бути серіальними, продовжуваними і періодичними.

Електронні видання функціонують у цифровому середовищі та поширюють інформацію через веб сайти, мобільні застосунки й соціальні мережі. Їхньою особливістю є оперативність оновлення інформації: новини не зібрані в конкретний випуск, а публікуються окремо, незалежно одна від одної, на веб сторінці видання.

Періодичні видання є легшими для зберігання, написання та випуску. Вони не потребують настільки оперативного висвітлення подій, а систематичність опублікування робить бібліографічний облік і архівне зберігання значно простішими.

Згідно з вимогами, наведеними у п. 4.14 ДСТУ 8302:2015, суспільно-політичні видання за матеріальною конструкцією можуть видаватися у двох видах: як журнальне та як газетне видання. У стандарті згадуються поняття «суспільно-політичний журнал» та «загальнополітична газета».

Газета — це видання, яке виходить через певні проміжки часу, містить офіційну інформацію й публікації з різних питань. Тобто це загальне визначення цього терміна. Загалом газети можуть бути різних типів та висвітлювати інформацію на різні теми [20].

Нас цікавить, що таке загальнополітична газета. Загальнополітична газета — це видання, що систематично висвітлює питання внутрішньої та зовнішньої політики держави, діяльність центральних та місцевих органів влади.

Журнал — це періодичне видання, що має постійні рубрики та містить публікації офіційного характеру з широкого спектра питань, а також літературно-художні твори, ілюстрації й рекламу.

Суспільно-політичний журнал — це журнал, який містить публікації суспільно-політичної тематики сьогодення, а також науково-популярні, літературно-художні та сатиричні твори політичного характеру [11].

За мовною ознакою СПВ в Україні можуть бути одномовним та багатомовними. В Україні є двомовні та одномовні видання. Згідно даними ДНУ «Книжкова Палата імені Івана Федорова» за 2024 рік, із додатку А, одномовні видання, написані українською мовою, є найпопулярнішими видами видань, їх кількість склала 565, що є 85% від кількості всіх видань, але, якщо подивитися на тираж – 197 879 тисяч, що є лише 74,5% від загальної кількості тиражу [53, с.1]. В той час, як російськомовних видань в Україні було 33, що є 5% від загальної кількості видань, а по тиражу вони займають 16%. Цю тенденцію не можна прослідкувати з ніякими іншими виданнями, написаними іншими мовами. Наприклад, двомовні видання за кількістю складають 10% від загальної кількості, коли по тиражу їх 9%, тобто майже однаковий відсоток [33].

Серед інших мов в Україні є видання польською мовою – 1, тираж 24 тисячі, та угорською – 4, тираж 1 026 тисяч.

За характером інформації СПВ можуть бути як суспільно-політичними, так і офіційними, тобто такими, що містять нормативно-правові акти центральних органів влади, офіційні повідомлення та інші документи нормативного характеру, які регулюють діяльність державних органів всіх гілок влади. В

Україні офіційними виданнями уряду та парламенту країни є «Урядовий кур'єр» та «Голос України».

За видами періодики СПВ серед всіх видань підпадають під класифікацію газет та журналів, тому що ці форми публікацій створюються регулярно і спрямовані оперативно висвітлити події, а конкретніше, новини політичного, економічного та військового характеру. З цього всього виходить, що вони, в основному, відповідають характеристикам таких видань, які випускаються через конкретні сплановані проміжки часу, тобто періодичних.

Суспільне призначення СПВ полягає у аналізі суспільних процесів і політичних явищ та відповідному їх поясненні авдиторії, сприянні публічному діалогу та стимулювати підвищення рівня політичної культури населення.

Основними складовими кожного суспільно-політичного видання є:

- редакційна політика та ідеологічна спрямованість
- інформаційні, аналітичні та публіцистичні матеріали на політичну, економічну та воєнну тематику
- авторський склад – журналісти, експерти, аналітики
- канали поширення – друк, онлайн-платформи та соціальні мережі
- орієнтація на формування громадської думки

Редакційна політика — це сукупність принципів, правил і стандартів, за якими видання подають інформацію. Вона існує для забезпечення достовірності матеріалів, дотримання журналістської етики, балансу думок і висвітлення лише фактів. Взагалі в українському законодавстві немає офіційного трактування поняттю редакційна політики, тому приходиться орієнтуватися на згадки в інших законах та документи організацій та спілок журналістів. Так, відповідно до Закон України «Про медіа», медіа зобов'язані

поширювати достовірну інформацію, дотримуватися балансу думок і не допускати розповсюдження дезінформації [17, с. 4]. Через відсутність конкретного визначення поняття редакційної політики в законі України кожне СПВ може трактувати його по своєму і покривати свої помилки чи сплановано не розкриті теми (наприклад, про корупцію в органах державної влади) своєю «редакційною політикою».

Те, чим СПВ виділяються від інших видань, є їхня ідеологічна спрямованість. Ідеологічна спрямованість суспільно-політичних видань — це сукупність поглядів, ідей та цінностей, які СПВ транслюють для формування певної думки у громадськості та відображення політичних подій під певним кутом. Ідеологічна спрямованість залежить від державного ладу. У демократичних країнах, як Україні, головними ідеологічними критеріями є плюралізм думок, критика влади тощо [24]. В авторитарно-тоталітарних державах СПВ належать державі та транслюють їхнє бачення на суспільно-політичні події для народу. Так, в Україні є вільні шляхи створення своїх власних СПВ і отримання юридичного захисту і прав, яскравим прикладом можуть слугувати регіональна газета «Твоє місто», яка була створена громадською організацією місцевих журналістів, які хотіли висвітлювати інформацію про події їхнього міста та впроваджувати зміни і змогли це реалізувати завдяки своєму онлайн виданню.

Навіть у демократичних країнах частиною ідеологічної спрямованості є те, що СПВ не можуть закликати громадськість до державного перевороту, також вони не можуть сіяти ворожнечу через національну, релігійну та схожі ознаки. Не повинні пропагувати збройні конфлікти та насилля.

Таким чином, СПВ являють собою складний і багатозадачний тип медіа-контенту, який поєднує інформаційні, аналітичні та впливові на суспільство аспекти. Аналіз їх класифікації та типології демонструє, наскільки різними можуть існувати СПВ і скільки різновидів їх існує, СПВ можуть відрізнятися за періодичністю, способом поширення, матеріальною

конструкцією, мовною та характером інформації. Той факт, що СПВ можуть існувати в таких різних формах, свідчить про їхню важливість для суспільства та роль, яку вони грають, а також про їхню гнучкість у сфері видань та медіа загалом.

У межах цього підрозділу встановлено, що СПВ функціонують у друкованому та електронному форматах, що може тільки грати їм на руку, як було доведено у цьому підрозділі. Ці два види донесення інформації також відрізняються між собою, так друковані видання забезпечують стабільність і систематизацію інформації, тоді як електронні видання визначається швидкістю оновлення та доступністю. За періодичністю СПВ, в більшості випадків, належать до періодичних видань, тому що потрібно систематично освітлювати події, на тематику яких СПВ створюють свої видання.

Також у цьому підрозділі було проаналізовано, як СПВ активно впливають на формування суспільної свідомості та громадської думки. А саме було пройдено висновку, що їхня основна роль проявляється у не самому факті подання інформації, а тому, як вони її подають до своїх читачів, на чму акцентують увагу, в яких тонах описують певні події тощо. Це все дозволяє громадянам орієнтуватися в актуальних подіях та формувати власні оцінки.

Цікавим було дослідження структурних елементів СПВ, серед яких редакційна політика, ідеологічна спрямованість, авторський склад, інформаційний контент та канали поширення. З'ясовано, що саме ці складові визначають характер подачі інформації і рівень впливу видання на аудиторію. Редакційна політика забезпечує організацію і подання матеріалів, ідеологічна спрямованість – загальний контекст інтерпретації подій.

Також встановлено, що законодавче регулювання діяльності СПВ формує загальні рамки їх функціонування, але окремі поняття, як-от редакційна політика, потребують чіткого нормативного визначення. Це впливає на різноманітність підходів до її реалізації у різних медіа.

Таким чином, СПВ є важливою частиною інформаційного простору, що забезпечує всебічне відображення суспільних процесів, сприяє розвитку громадянського суспільства і виконує значущу функцію у формуванні інформаційного середовища сучасної держави.

1.2. Поняття, сутність та функції суспільно-політичних видань

Основними функціями СПВ є:

- інформаційна, оперативно та структуровано сповіщати громадськість про події
- аналітична, структурований аналіз подій в країні та світі
- просвітницька, висвітлюють та вводять в курс діла на рахунок політичних, економічних справ країни та світу
- контрольна, через постійне висвітлення діяльності влади країни вони можуть наглядати за доброчесністю всіх дій органів державної влади країни
- формування громадської думки, сприйняття громадянами новин на політичні, суспільні, економічні та військові тематики через них впливає на оцінку суспільних процесів та подій.
- комунікативна, вони забезпечують зв'язок між державними діячами та політиками та звичайними громадянами та часто створюють платформу для діалогу та зворотного зв'язку між ними
- культурна, популяризують культурні надбання, національні традиції та історичну спадщину та цим самим спонукають громадян до більшого залучення до них

Інформаційна функція суспільно-політичних видань полягає в своєчасному поширенні суспільно важливої інформації. Так СПВ відіграли ключову роль в інформуванні суспільства про перебіг подій під час початку повномасштабного вторгнення у 2022 році. Наприклад, Укрінформ забезпечував оперативне поширення офіційної інформації та заяв державних

інституцій. Таким чином, інформаційна функція СПВ забезпечує громадян бути в курсі всіх рішень влади, підтримує комунікацію між владою та громадськістю та допомагає громадськості орієнтуватися в подіях, що відбуваються в країні та світі.

Можливо найважливішою функцією СПВ є контрольна функція. Вона полягає в здійсності контролю над діяльністю органів влади та чиновників. Найбільші національні та місцеві СПВ мають джерело для поширення інформації в суспільство про діяльність органів влади, що дає їм силу висвітлювати корупційні схеми, зловживання владою та неправомірні дії з боку державних чиновників [36]. В Україні недавно був яскравий приклад реалізації цієї функції суспільно-політичними виданнями, розслідування щодо бізнесмена Тимура Миндича. Журналісти досліджували можливі корупційні зв'язки, обставини виїзду Міндіча за кордон та його ймовірну причетність до корупції у сфері енергетики. Такі матеріали демонструють, як СПВ можуть контролювати діяльність осіб, наближених до влади.

Формування громадської думки є однією з важливих функцій СПВ так як вони вони надають висвітлення значущих для суспільства подій і процесів. В сучасному стані України, це напевно боротьба за думки людей є основною задачею внутрішньої та зовнішньої безпеки України. Через подачу інформації, акценти в матеріалах їхніх публікацій та інтерпретацію подій, СПВ здатні впливати суспільні настрої своїх читачів. Вони впливають через інформаційну діяльність, яка формує уявлення людей про події що сталися навколо, діяльність влади щодо них; формують думку людей щодо політичних діячів та суспільних явищ. Важелями впливу на свідомість людей можуть бути маніпуляція, стимулювання, переконання, підтримка, осуд тощо [37].

Маніпуляція - прихований вплив на формування думок, намірів, почуттів, ставлень і моделей поведінки. Одним із прикладів маніпуляцій, які можуть реалізовувати видання, є «диверсифікація» суспільної свідомості, коли влада

через канали поширення інформації, наприклад офіційні видання, приділяє значну увагу багатьом різним другорядним подіям, щоб відвернути увагу громадськості від дійсно важливих суспільно-політичних подій.

СПВ формують громадську думку не через висвітлення подій, а через добір політичних тем, визначення їхньої актуальності, пріоритетності і тд. На відміну від інших видів медіа, вони зосереджуються саме на суспільних і політичних процесах, пропонуючи читачам не тільки фактичну інформацію, а й її пояснення, оцінки експертів та авторські інтерпретації. Таким чином, СПВ впливають на те, які події будуть обговорювати їхні читачі, формують, які з питань будуть у пріоритеті і таким чином СПВ визначають напрями політичної дискусії.

Роль СПВ як і роль усіх ЗМІ можуть не відігравати вирішальну роль у формуванні громадської думки. Згідно теорії П Лазарсфельд, Б.Берельсон і Г. Годе громадськість сприймає інформацію в два етапи: безпосередньо від ЗМІ тобто «з газет», а також через лідерів думок, впливових осіб, які мають репутацію перед суспільством [с. 151, 9]. І згідно цієї теорії люди більше вірять інформації не отриманої безпосередньо зі ЗМІ, а викладену авторитетними людьми, якими можуть бути політики, спортсмени та знаменитості. Очевидно, що доступ до цих людей більший у держави ніж у незалежних видань, тому держава є основним суб'єктом впливу на суспільну свідомість та випереджає незалежні суспільно-політичні видання та медіа в цілому.

Створенням контенту для друкованих видань займається творчий редакційний колектив. Творчий редакційний колектив це робітники певного видання до яких входять журналісти, редактори, фоторепортери та художники, які здатні виготовити матеріал для газети або журналу до певного дедлайну, щоб потім випустити у світ друковане видання. Журналісти займаються збором інформації та підготовкою текстів, редактори відповідають за перевірку матеріалів, їх редагування та перевірку до того як

вони відповідають редакційній політиці, фоторепортери і художники створюють фото та малюнки для видання [24, с. 8].

Звісно першим у ієрархії СПВ, як і будь якої газети є видавець. Він відповідає за всі процеси діяльності СПВ, від створення до видавництва продукції. Також видавець займається питаннями, напрямку розвитку видання та питання фінансування. Головний редактор є другою особою після видавця, він проводить контроль над інформаційним змістом газет, формує інформаційну політику та ідеологічну складову СПВ та проводить контроль над її дотриманням. Крім цього, він керує роботою редакційних відділів та приймає остаточні рішення щодо публікації матеріалів. Також допустиме існування заступників редактора, які можуть бути його підлеглими допомагати в роботі та контролювати частину відділів журналістів. Далі йде секретар видавця, ця посада відповідальна за вчасний збір інформації та за те щоб інформація була виконана якісно. Кожен відділ, який фокусується на спеціалізованих темах (суспільні новини, міжнародні новини, воєнні новини, економічні новини) здає свої матеріали секретаріату, першими читку проводять редактори та відповідно приводять текст у кращу форму, якщо звісно це потрібно. Потім секретаріат отримує відповідний варіант тексту та проводить фінальну експертизу ціллю якої є уникнення жанрових та тематичних дублювань. Кожен відділ має своїх завідувачів, які організовують роботу журналістів, розподіляють теми між своїми підлеглими. Найнижчими в ієрархії є кореспонденти та оглядачі, вони виконують початкову роботу таку як збір інформації, написання новин на суспільно-політичні теми, репортажів, аналітичних матеріалів та іншого. Будучи найнижчими працівниками в ієрархії саме ці спеціалісти забезпечують видання основним інформаційними інсайдерами, які потім публікуються у СПВ [29].

В Україні найбільш популярними та часто відвідуваними є приватно-комерційні видання СПВ. Це зумовлено їх здатністю швидко

реагувати на актуальні події та адаптуватися до змін інформаційного середовища.

Найбільшими СПВ України за рейтингом Alexa Internet є «Українська правда», «Цензор.НЕТ», «Кореспондент», «РБК-Україна». Всі вони є електронними виданнями у яких безперервно оновлюється контент. Ці видання можна умовно віднести до періодичних онлайн-новин політичного типу.

Майже всі вони є приватними виданнями, які є власністю медіа холдингів та створені з метою отримання прибутків. Прибутки вони отримують через комерційну рекламу і тд. «Українська правда» вирізняється серед інших, оскільки була заснована у квітні 2000 року Георгієм Гонгадзе, а незабаром головним редактором і фактичною керівницею стала співзасновниця Олена Притула. Видання спочатку позиціонувалося як незалежне медіа, яке висвітлює суспільно-політичні процеси. Вона ніколи не належала медіагрупі, що є важливою відмінністю від більшості інших великих онлайн-видань України.

Загалом майже всі найбільші видання України належать до п'яти медіахолдингів: Media-Group Ukraine, 1+1 Media, UMH Group, Inter Media Group та Star Light Media. Слабка диверсифікація володінням суспільно-політичних видань може створити ситуацію коли власники медіахолдингів можуть впливати занадто сильно на думку та настрої суспільства. Це свідчить про визначальну роль суспільно-політичних видань для авдиторії.

Не менш важливу роль від приватно-комерційних видань відіграють офіційні (державні) видання. Хоч вони не є мейнстрімними джерелами інформації для загальної аудиторії, вони оприлюднення нормативно-правових актів, рішень органів влади та надають достовірну та часом екселюзивну інформацію щодо роботи центральних органів влади.

Кожен вищий орган державної влади має власні офіційні видання, у яких здійснюється оприлюднення прийнятих нормативно-правових актів, що, як правило, є обов'язковою умовою набуття ними чинності. Крім цього, у таких виданнях систематично висвітлюється поточна діяльність відповідного органу, надається свіжий інформаційний матеріал про його роботу, ухвалені рішення та інші важливі аспекти функціонування і виконання наданих повноважень [41].

Головним виданням законодавчого органу нашої країни є «Голос України», що є офіційним виданням Верховної Ради України та у якому здійснюється офіційне опублікування прийнятих законів, а також висвітлення діяльності Верховної Ради України, її депутатських фракцій, груп і комітетів. Крім того, у виданні подається інформація про суспільно-політичні події, що відбуваються в Україні.

«Відомості Верховної Ради України» це нормативний бюлетень Верховної Ради України, у якому публікуються офіційно прийняті закони, постанови та інші акти прийняті парламентом, та зміни в адміністративно-територіальному устрої України.

Напевно найважливішу роль у плані інформаційного забезпечення громадян серед державних видань є газета «Урядовий кур'єр». Ця газета інформує про діяльність центральних органів державної влади, в першу чергу Кабінету Міністрів України та Президента України. Також саме в цій газеті першими публікуються постанови Кабінету Міністрів, нормативні документи міністерств і відомств та коментарі до них та укази Президента України. Всі ці нормативні документи набирають чинність з моменту публікації в «Урядовому кур'єрі».

Це не єдина функція даного видання, також воно інформує читачів про події у політичному, економічному та громадському житті, що відбуваються не тільки всередині України. алу і у всьому світі. Газета «Урядовий кур'єр» має

доступ до ексклюзивної інформації щодо діяльності Президента та Уряду України.

У 1996 році за офіційним Указом президента України «Про опублікування актів законодавства в інформаційному бюлетені «Офіційний вісник України» Міністерство Юстиції створило видання «Офіційний вісник України» Це видання було створено для опублікування в ньому нормативно-правових актів, що включені до Єдиного державного реєстру нормативно-правових актів. Тобто це ті ж постанови та нормативно-правові документи Кабінету Міністрів України, Укази президента та закони та постанови Верховної Ради України, але крім них це також рішення та висновки Конституційного Суду України та Верховного Суду України [50].

Видання «Голос України» та «Урядовий кур'єр» з одного боку та «Офіційний вісник України» та «Відомості Верховної Ради України» з іншого боку виконують схожі функції може виникнути питання в чому різниця між ними? Відмінність між цими двома групами видань полягає у їх функціональному призначенні. «Відомості Верховної Ради України» та «Офіційний вісник України» це створені видання чиїми основними функціями є систематизоване впорядковане та юридично значуще зберігання нормативної бази відповідних державних органів. Вони виконують роль своєрідних архівів та джерел автентичних текстів законодавства.

Натомість «Голос України» та «Урядовий кур'єр» мають дещо інший, більш інформаційно-комунікативний характер, в них не тільки здійснюється публікація нормативно-правових актів. Вони є офіційними виданнями які інформують суспільство про діяльність парламенту та уряду України відповідно.

Варто зазначити, що окрім вищенаведених видань, більшість найбільших органів державної влади України мають офіційні видання, які використовуються для публікації нормативно-правових актів, а також для

інформування громадськості про свою діяльність і прийняті рішення. Одними з таких видань є Економіка України Міністерства економіки, Інформаційний бюлетень Національного банку України, Вісник Верховного Суду та інші. Ці видання є важливим і невід'ємним елементом системи офіційної комунікації державних інституцій із суспільством.

Незважаючи на те що Урядовий Кур'єр та Голос України є одними з найпопулярніших і найбільш читаючих суспільно-політичних видань України є повні підстави вважати, що чинне законодавство України створює не справедливу основу для конкуренції серед приватних та державних СПВ.

Згідно з законом України «Про державну підтримку засобів масової інформації і соціальний захист журналістів» органи державної влади та органи місцевого самоврядування фінансово утримують створені ними засоби масової інформації. Як у нашому прикладі Кабінет Міністрів повинен фінансово утримувати газету Урядовий Кур'єр. Але в той же час державні видання, так само мають право і реалізовують площі для розміщення комерційної реклами. Це є підставою для створення несправедливих умов конкуренції у сфері журналістики серед видань [47].

Варто зазначити, що держава виділяє значні кошти на фінансову підтримку державних видань. Так, наприклад, на підтримку газети Голос України було виділено 84,8 млн гривень у 2021 році, тоді як на газету Урядовий кур'єр передбачалося 22,1 млн гривень [1]. Водночас такі обсяги фінансування можна вважати досить значними для державного бюджету.

Офіційні (державні) засоби масової інформації, як і приватні, працюють на платній основі. Це означає, що вони отримують гроші за свою продукцію. Їхні видання можна придбати, підписавшись на них, або за передплатою як наприклад в Укрпошті. Отже, спосіб, яким ці видання потрапляють до читачів, нічим не відрізняється від того, яким чином розповсюджуються

приватні медіа. Тобто система прибутку працює за однаковою функцією, але державні видання отримують привілеї в формі фінансування.

Інформація про нерівний розподіл майна серед СПВ вже достатньо для підтвердження несправедливо вибудуваної системи конкуренції ЗМІ в Україні, але це ще не все, для будь якого бізнесу, а ще більше для бізнесу видавництва друкованої продукції, однією з головних витрат є плата за оренду, цікавим є те що відповідно постанови Кабінету Міністрів № 786 від 4 жовтня 1995 р. «Про Методику розрахунку і порядок використання плати за оренду державного майна», розмір річної орендної плати для державних та регіональних видавництв складає символічну суму - одну гривню. [13, пункт 10] Знову ж таки, орендна плата є однією з основних витрат будь якого приватного видання. Витрати на оренду можуть також впливати на вартість продукції, що знову порушує умови чесної конкуренції.

Після державних видань варто згадати партійно-афільовані видання. Ці видання висвітлюють діяльність не держави та державних органів. а окремих партій, фінансуються і керуються ними та представляють їхні інтереси перед читачами.

Всі вищезгадані СПВ є загальнодержавними (національними) тобто що функціонують на рівні всієї країни та інформують загальнонаціональні політичні, економічні й суспільні процеси. Але для звичайних жителів не менш важливими є отримання інформації з регіональних видань так як вони можуть стосуватися безпосередньо місцевих подій, змін у комунальній сфері, соціальних ініціатив та інших питань, що можуть впливати на їхнє повсякденне життя.

Комунальні видання це видання що створенні та підпорядковані місцевим органам влади, вони займаються функцією регіональних ЗМІ. Створенням та управлінням цих видань займаються комунальні підприємства, робота підприємств фінансується з бюджету [46, 12].

Найбільш авторитетними виданнями та найбільш відвідуваним інтернет сайтом за версією є «Твоє Місто» (Львівська область), Четверта влада (Рівненська), Сила Правди (Волинська), Думка медіа (Харківська).

Твоє місто це незалежне електронне СПВ, створену громадською організацією «Твоє місто Львів», їхній сайт включає саму стрічку новин та дискусійну платформу де читачі можуть висловити свої думки та пропозиції щодо суспільно-політичних подій у їхньому місті. Починаючи з 2016 року вони провели сотні публічних дискусій, в яких взяли участь тисячі людей. Усі обговорення транслюються у прямому ефірі,за словами самих організаторів, багато пропозицій висунутих під час дискусій було успіщно реалізовано у місті Львів. Також цьому виданню належить продакшин студія.

Четверта влада це регіональне СПВ регіональне зареєстроване 7 липня 2006 року Рівненським обласним управлінням юстиції. Засновниками видання є Володимир Торбіч, Антоніна Торбіч та Анна Ільюк. Особливістю даного видання є те що вона спеціалізується на журналістських розслідуваннях щодо корупції в регіоні. А з березня 2015 «Четверта влада» доєдналися до міжнародної організації глобальної мережі журналістів-розслідувачів. У 2024 у зв'язку зі зміною законодавства вони були зареєстровані як онлайн медіа.

Думка медіа є новоствореним інформаційним виданням, яке висвітлює суспільно-політичні події які сталися в Харкові та Харківській області. Це видання є єдиним, яке було створене після початку повномасштабного вторгнення і, на жаль, було створено через те що багато видань на сході України було змушені перестати працювати. Думка медіа працює як бізнес проєкт та отримує прибуток через рекламу викладену на сайті, грантової або спонсорської підтримки. Одночасно видання обіцяє, що будь які джерела фінансування не впливають на їхній контент та дотримання журналістських стандартів [46].

Таким чином, СПВ — це фундаментально важливі та суспільно значущі джерела здобуття інформації, які виконують системно важливі функції, що не можуть бути повною мірою реалізовані іншими видами видань та джерелами інформації, такими як радіо, телебачення чи соціальні мережі. Основні функції та їхнє значення для громадян Україні було детально описано у цьому підрозділі, серед цих функцій було перелічено:

- інформаційну
- культурну
- аналітичну
- комунікативну
- просвітницьку
- формування громадської думки

Отже, СПВ забезпечують системне своєчасне інформування та пояснення основних суспільних, економічних, політичних подій в часі. Також було описано основну ідеологічну складову роботи видань на суспільно-політичну тематику, описано основну цієї сторони їхньої роботи та було подано офіційну термінологію деяких термінів, які не було надано в минулих розділах.

У цьому підрозділі було описано основні СПВ України, було пройдено висновку, що найбільші СПВ з найбільшою кількістю читачів та тиражем своїх друкованих видань та читачів на електронних та цифрових ресурсах є приватно-комерційні видання створенні з метою прибутку та зареєстровані як юридичні особи. Було детально описано український ринок СПВ, проведено опис основних українських державних видань таких як «Голос України» та «Урядовий кур'єр». Також у цьому підрозділі було детально проаналізовано СПВ за їхньою територіальною ознакою, тобто було проведено аналіз як регіональних так і національних видань, з урахуванням їхніх особливостей функціонування, специфіки роботи із надання інформації до громадськості та

їхнього впливу та популярності на громади для яких відбувається інформування щодо політичних, суспільних та інших подій.

Розділ ІІ. Аналіз сучасного стану суспільно-політичних видань

2.1. Характеристика сучасного ринку суспільно-політичних видань в Україні

Стан справ друкованих новинних видань в Україні в цілому поступово відходить на задній план і видання на суспільно-політичну тематику не стали виключенням. Загальний обсяг передплати газет та журналів в Україні скоротився на 27% за три роки. У 2015 році кількість передплат газет та журналів за даними ПАТ «Укрпошти» були 11,3 мільйонів, а в 2018 ця цифра становить 8,3 мільйони примірників. Більш вражаючими цифрами є те що в другому півріччі 2018 року тиражі були на 95% меншими від цифри станом на початок року [55].

За словами голови Національної спілки журналістів України Сергія Томіленка друкарські видання потрапили в таке становище, коли суспільство втрачає інтерес до них частково через незацікавленість ПАТ «Укрпошти» в газетно-журнальній справі та їхньому ставлення до газет не як партнерів. Також він зазначив про відсутність державної підтримки друкарської преси [57].

Стандарти та вимоги до оформлення газет та журналів сильно змінилися під впливом технологій. Серед друкарень України найбільшими проблемами є проблеми саме з технологічним оснащенням, а саме модернізацією технологій друку. В сучасному світі художньо-візуальне оформлення газет сильно змінилося і не всі друкарні встигають за новими вимогами до їх оформлення. Найбільші видання переходять на нові види газетних та журнальних видань та тепер вимагають багатокольорость газет з використанням високоякісних газет створених з використанням сушіння та покрещених операцій по комплектуванню друкарської продукції. Технічна оснащеність у друкарень різна і часто не відповідає критеріям замовників. Основна вимога клієнтів це володіння саме високотехнологічними

пристроями друкування, які можуть в більшому тиражі виготовляти різнобарвну продукцію, але через короткі терміни та небезпеку зриву друкарні вимушені дублювати основне технологічне обладнання. Такі важкі умови видання газет перетворюють багато друкарень в неконкурентноспроможні і вони вимушені закрити своє виробництво. Через це багато видань створюють свої приватні підприємства виробництва друкованої продукції [54, с. 27].

Ні для кого не є секретом, що найбільшим трендом у сучасному світі та Україні в тому числі є зниження попиту до друкарських видань та переходу на електронний формат. Тому, після опису стану друкованих видань в Україні варто описати стан справ електронних СПВ. Якщо подивитися на цю ситуацію в цифрах інтерес до друкованих видань падає в геометричній прогресії. Якщо поглянути на дані від ДНУ «Книжкова палата», річний тираж газет у 2005 році був 4 959 791, в той час друковані видання були на піку своєї популярності і починаючи з цього року почали повільно падати. У 2010 році річний тираж газет був вже 3 168 879. Знову ж таки хоч тенденція йшла на спадок, кількість тиражу залишалася великою, що означало активну зацікавленість суспільств до друкованих СПВ. Але вже в 2015 році почався стрімкий спад тиражу СПВ, так ще в 2015 році ця цифра була 2 349 001, а вже в 2016 1 326 823, а в 2021 – 1 009 035.

Також це впливає на робота та існування друкованих видань в Україні загалом, більшість з них перестає працювати та закривається. Згідно даними ДНУ «Книжкова палата» кількість друкованих одиниць видань всього у 2010 році було 2 347, коли вже у 2021 році цей показник 1 387.

Ці зміни заставляють власників найбільших СПВ звернути увагу на стрімку зміну у підходах до організації діяльності суспільно-політичних видань з урахуванням ситуації яка склалася в сьогоденні, тобто скорочення друкованої продукції та зростання електронної.

Варто зазначити, що серед електронних СПВ, які функціонують в інтернеті, є два види: самостійні новинні портали (тобто такі, що існують лише в електронному форматі) та похідні новинні портали (тобто ЗМІ, які існували в друкарському форматі і були змушені створити інтернет аналог щоб йти в ногу з часом) [17, с. 3].

Друкованим виданням, які виходили на ринок мережевих видань, доводилось грати за новими правилами. По-перше новостворена електронна сторінка повинна була відповідати дизайну та вимогам свого друкованого стилю. А також крім цього їм потрібно активно впроваджувати провідні веб-технології, щоб боротися за увагу вже сформованої авдиторії за рахунок професіоналізму, швидкості та насиченості контенту.

Коли СПВ переходять в інтернет формат, тобто стають електронними, вони працюють по іншому ніж як у друкарському форматі. Онлайн-видання вирізняються на фоні друкарських особливим підходом до представлення інформації, так вони представляють інформацію тим самим текстом, відео, картинками в одному місці, але в них також виділяється перевага у вигляді гіперпосилання, тобто посилання за яким можна переходити з одного матеріалу на інший, а також перевага електронних ЗМІ є висвітлення інформації в аудіо форматі.

Авжеж важко описати процес спаду попиту на друковані видання та ріст популярності електронних без пояснення зросту ролі інтернету в українському суспільстві за останні десятиліття. Давайте подивимось як зростала частка суспільства з доступом до інтернету в Україні. За даними світового банку у 1990 році українці практично не взагалі не мали доступу до інтернету, тобто населення фізично не могло користуватися цією мережею. Лише у 2000-их роках почався розвиток інтернету в нашій країні. У 2016 році частка українців які користувалися інтернетом сягала 53%. У 2020 році це вже було 75%, а через всього два роки – 2022 рекордні 82.7%. У 2023 році

вперше частка користувачів інтернету в Україні частка користувачів інтернету дещо зменшилася правда всього на 0.3%, тобто до 82.4% [5].

Із появою широкого доступу до інтернету людям стало легше і доступніше читати новини із їхніх електронних пристроїв чим із друкованих газет. На відміну від друкованих газет, які потрібно купувати в локальних магазинах, чекати на певні дати виходу випуску і часто не знаходити потрібний номер на полицях, електронні видання доступні всього лиш через декілька кліків на моніторі комп'ютера або екрану телефона [с. 117, 32].

Влада України хоч і запізніло, але старається іти в ногу з часом. Після масового переходу до онлайн опублікування новин, в березні 2023 року в Україні був прийнятий закон «Про медіа». Цей закон замінив одразу шість різних законів: «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»; «Про телебачення і радіомовлення»; «Про інформаційні агентства»; «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення»; «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»; «Про захист суспільної моралі».

Найголовнішою зміною, що була запроваджена цією реформою для даного дослідження є створення реєстраційного списку друкованих та онлайн медіа. Раніше щоб бути офіційним легальним представником медіа в Україні друкованим медіа потрібно було мати свідоцтво про державну реєстрацію, а телебаченню та радіо потрібно було мати ліцензію. Тобто у випадку СПВ їм потрібно було отримати свідоцтво про державну реєстрацію і їхня діяльність регулювалася законом «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». У свідоцтві зазначали:

1. назву медіа;
2. мову;

3. засновника;

4. сферу розповсюдження;

5. періодичність виходу тощо.

Після прийняття закону «Про медіа» СПВ потрібно податися до реєстру Національної ради з питань телебачення та радіомовлення. Цей закон змінив правила роботи суспільно-політичних видань, об'єднавши друковані, телевізійні, радіо- та онлайн-медіа в єдину систему регулювання. Головною інновацією стала можливість реєструвати онлайн видання, що було неможливим за минулими законами.

Друковані видання мають право на безкоштовну реєстрацію впродовж року. до березня 2024 після чого реєстрація стає для них платною. Сама реєстрація є добровільною, але не зареєстровані видання в майбутньому несуть меншу відповідальність за порушення та можливість долучатися до формування органів співрегулювання.

Після вступу закону в дію найбільші СПВ України почали свою реєстрацію, серед них: «Українська правда», «Укрінформ», «NV», «Еспресо». Також до реєструються не тільки традиційні онлайн сайти та стрічки, а також сторінки в Фейсбуці та Інстаграмі, що свідчить про поступове зміщення медіаспоживання в соціальні мережі та зростання їхньої ролі як повноцінних платформ для поширення новинного контенту. Було зареєстровано 57 сторінок з онлайн платформ ТікТок та Ютуб як нелінійні медіасервіси [26], середних переважно новини спортивного та гумористичного характеру. Тобто серед них лише медіа, а діяльність СПВ, які публікують контент в соцмережах ще не визнають на державному рівні.

Сам закон був створений не для галочки і будь-яке видання не може потрапити туди, так наприклад виданню компанії «УНІАН Україна» було

відмовлено, через те що серед фотографій журналістів на сайті регулятор помітив обличчя, сформовані штучним інтелектом.

Цей закон став підсумуванням факту домінування онлайн видань над застарілими друкованими та масовим переходом всіх громадян до перших і небажання продовжувати цікавитися старими.

Закон отримав багато критики зі сторони незалежних журналістів, які заявляють що збільшення повноважень Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення може призвести до порушення свободи слова. За новим законом Нацрада отримала право штрафувати медіа, виносити приписи та ініціювати блокування контенту через суд. Критики посилаються на те, що ці права дозволяють державі тиснути на суспільно-політичні видання та може спричинити самоцензуру серед журналістів [21].

А на сесії організованої Національна спілка журналістів України конференції «Уроки 2024» керівники локальних медіа заявили, що ці редакції не можуть проіснувати набагато довше без грантової допомоги.

Щоб ще більше зрозуміти весь масштаб стрімкості розвитку популярності електронних мереж, можна привести приклад електронного книжкового магазину «Bookland.net.ua». У 2010 році кількість продажів одиниць їхніх електронних видань був 85 тис. одиниць що було у 233,3 % разів більше порівняно з роком їхнього заснування 2008.

Епоха цифрового суспільства породила цікаву аномалію. Деякі люди молодого покоління, які виросли в епоху цифрового медіа та немали досвіду систематичного отримання новин із друкованих СПВ починають переходити до друкованих СПВ не через їхні переваги, а скоріше через інтерес до їхніх недоліків. В умовах постійного інформаційного перевантаження і швидкоплинних новин в соцмережах частина аудиторії почала цінувати друковані видання за можливість більш зосереджено та вдумливо сприйняти інформацію. Цей феномен називається «slow media» і він отримує

несистематичний успіх серед частини населення та допомагає друкованим виданням отримати та утримати деяку частину читачів [1].

Також частиною цього феномену є перехід початково непрофесійних суспільно-політичних інтернет ЗМІ, які починали свою діяльність тільки в соцмережах, після набору власного ком'юніті, створювати свої друковані систематичні видання. Тобто нові форми медіа, які мали витіснити друковані газети переходять до їхнього формату. Це виглядає як зворотній прогрес, перехід від інтернет формату новин до друкованого виду, але це зроблено більше з естетичними намірами, так як для молодого покоління газети є незвичайним задоволенням і можуть слугувати як ще одна покупка для розваг, ніж для отримання інформації про суспільно-політичні події. Також ці видання створюються з цілями монетизації своєї роботи. Яскравим прикладом є новостворенна суспільно-політична газета «Новинач». Створена українським інформаційно-гумористичним проєктом, який ставив за мету висвітлення головних політичних новин України через призму інтернет жартів. Свою діяльність вони почали у мережі Телеграм, а після набору великої авдиторії, вони вирішили створити своє систематичне видання. Ця ідея була успішно реалізована та почала набирати популярності серед проєктів схожих на «Новинач».

Загалом видавнича галузь переживає ті самі труднощі, що й більшість індустрій в Україні. Найбільший спад у роботі видавництв відбувся під час пандемії COVID-19 та після початку повномасштабної війни росії проти України. Ці події суттєво вплинули на випуск друкованої продукції, тиражі видань і фінансовий стан медіа.

В останні роки під час подій, які негативно вплинули на бізнес та виробництво, ринок видавництва газет та журналів характеризується скороченням кількості друкованих періодичних видань і зменшенням їхніх тиражів. У 2020–2021 роках кількість суб’єктів, що займаються виданням газет, зменшилась на 4,2% та 5,1%, видавців журналів і періодичних видань

— майже на 11%. За період 2018–2022 років кількість газет скоротилась на 647 назв, а їхній річний тираж зменшився на 77% порівняно з 2018 роком. Це свідчить про кризу друкованої преси та перехід аудиторії до цифрового споживання інформації [3, 33].

Повномасштабне вторгнення росії в Україну в 2022 році заставило деякі видання припинити свою діяльність, для деяких видань це було тимчасово, а інші не змогли відновитися. Друковані видання були другим найбільш постраждалим видом медіа, 96 видань були змушені закритися, це 29% від загальної їх кількості. Основними причинами є окупація або близькість до лінії фронту [7].

Більшість СПВ, які відновили свою роботу знаходяться на звільнених територіях тобто Запорізькій, Херсонський, Миколаївський та Луганський. Після звільнення територій туди повертаються люди, починають заново працювати бізнеси тощо.

Найбільше постраждали регіональні видання у прифронтових містах. У Луганській області не залишилося місцевих видань, загалом їхня кількість по всій Україні впала на 45%. Херсонська області – залишилось менше 8 % місцевих видань. У Луганській області не залишилося місцевих суспільно-політичних видань. В областях які не на пряму межують із лінією фронту. видання постраждали трохи менше, так Харківській, Миколаївській та Одеській областях залишилося менше 40 % місцевих видань.

Щоденна масова суспільно-політична друкована газета національного рівня майже зникла як сегмент. У 2022 році в Україні взагалі не залишилося щоденних газет, крім офіційних видань державних органів України – «Урядовий кур'єр» та «Голос України». На плаву залишається тільки регіональна газета на суспільно-політичну тематику [58].

Також постраждали регіональні видання, у 2022 багато газет через небезпеку та воєнні дії їм довелося змінювати місце роботи, переходити на роботу вдома. також впала кількість та якість роботи. Коли більшість видань змогли

пристосуватися до умов війни та продовжили роботу, після початку повномасштабного конфлікту власники регіональних видань почали розуміти всю важливість існування свого інтернет сайту та сторінки в соціальних мережах, тому вони почали приділяти їм більше уваги та насичувати контентом.

Регіональні видання грали важливу роль для людей у своїх містах на початку повномасштабного вторгнення і досі продовжують. Вони не лише доносили головні новини людям. але могли переносити життєво необхідні факти під час воєнних дій, правила поведінки під час обстрілів тощо. Зараз через свої статті вони висвітлюють головні безпекові питання міста та надають інформацію про поводження під час бойових дій.

Повномасштабне вторгнення та постійні інформаційні атаки з боку Росії зініціювали значний стрибок в медіаграмотності серед українців. Українці пристосувалися до постійних маніпуляцій та брехні в медіа та змогли краще організовувати збір своєї інформації. Частка громадян із рівнем медіаграмотності, вищим за середній, збільшилася з 55% у 2021 році до 81% у 2022 році. Водночас у 2024 році показник медіаграмотності знизився до 72%, що хоч і є кроком назад, але досі залишається вищим показником чим у 2021 році [30].

Це на пряму вплинуло на повсякденну роботу СПВ так як тепер пошук нової аудиторії став ще складнішим після того як українці почали менше довіряти новим джерелам інформації та детальніше перевіряти факти зі своїх джерел інформації. Тепер СПВ змушені приділяти більше уваги достовірності матеріалів та прозорості своїх джерел.

Отже, враховуючи все вищесказане можна прийти висновку, що сучасного стану СПВ в Україні повільно трансформуються у повністю непритаманних їм форму, що було зумовлено світовим трендом цифровізації інформаційного простору та змін у пріоритетах глядачів і читачів.

Було описано основну тенденцію якою є суттєве зниження ролі друкованих новинних видань, що проявляється у скороченні тиражів, зменшенні передплати та поступовому зникненні окремих сегментів друкованої преси. Це зумовлено низкою економічних, технологічних факторів та зміною інформаційних звичок аудиторії.

Досліджено, що лідерські позиції друкованих ЗМІ поступово втрачаються, вони поступаються електронним форматом, які забезпечуть оперативність, доступність і мультимедійність змісту. Сучасні ЗМІ працюють перважно як онлайн-видання та цифрові платформи, а традиційні редакції активно заходять в інтернет-простір через сайти та соціальні мережі. Важливим чинником цих змін стало зростання рівня доступу до інтернету в Україні, що сприяло переходу аудиторії до онлайн-джерел інформації.

Окремо було детально проаналізовано вплив нормативно-правових змін, зокрема прийняття закону «Про медіа», який оновив систему законодавства України, відмінив 6 інших законів, які діяли на її території та об'єднав різні типи медіа в єдине правове поле.

Також було частково описано, що водночас суттєвий вплив на стан галузі мали кризові фактори, такі як пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення росії в Україну, що на жаль призвело до скорочення кількості друкованих видань і значних втрат регіональних медіа.

Незважаючи на вищеперелічені події, СПВ зберігають свою значущість, продовжуючи виконувати інформаційні, аналітичні та просвітницькі функції. Вони впливають на формування суспільної думки, повідомляють громадянам актуальну інформацію та завжди пристосовуються до нових умов роботи. Отже, СПВ досі залишаються одним з основних джерел інформаційного простору України. Пристосовуючись до нових реалій світу таких як цифровізація суспільства.

2.2. Особливості діяльності бібліотек та архівів у роботі з суспільно-політичними виданнями

Архів – установа чи підрозділ, функцією якого є зберігання архівних документів у паперовому, відео, аудіо та електронному форматах та використання інформації з них. Цим самим архіви в Україні здійснюють науково-дослідну та інформаційну діяльність забезпечуючи вивчення, збереження та поширення документної інформації [1, 33].

Архівний документ в свою чергу це документ електронного чи паперового формату та будь якого часу створення і місця зберігання, який втратив своє первинне функціональне призначення, але зберігається з огляду на значущість для особи, суспільства чи держави [1, 33].

Кожен архів веде перелік джерел поповнення архівних документів, якими можуть бути державні органи, установи, підприємства. Кожен з документів повинен проходити структуризацію із визначенням його категорії та функцій. Так у роботі із СПВ класифікація та облік їхніх документів як архівних допомагають зберегти інформацію про суспільно-політичні процеси та СПВ загалом; також можуть бути корисними для подальшого використання цих документів у наукових дослідженнях.

Кожна архівна установа в Україні виконує визначені функції, використовуючи для цього спеціальні обладнання та технології, серед цих функцій є:

1) Збір документів

2) зберігання та подальше використання документів

3) організація науково-довідкового апарату та облікової документації

Першими в системі архівної ієрархії України йдуть центральні державні архіви, вони мають загальнодержавне значення, тобто вони зберігають і надають доступ до документів загальнонаціонального значення свого профілю.

Центральні архіви підпорядковуються державному комітету архівів України, цей орган забезпечує реалізацію державної політики у сфері архівної справи та діловодства. Завданнями його є формування, облік, зберігання та використання документів Національного архівного фонду, а також координація діяльності установ у сфері архівної справи [86 с, 30].

Після них йдуть галузеві архіви. Галузеві державні архіви створюються для зберігання спеціалізованих документів, які потребують особливих умов зберігання та використання інформації, що в них міститься. У процесі виконання своїх функцій державні архіви комунікують з державними органами та іноді із чисельними юридичними особами. Взаємовідносини між ними визначаються законодавством України [46, с. 356].

Наступними після центральних та галузевих архівів йдуть архіви міст Києва та Севастополя, а після них місцеві архівні підрозділи в районах, громадах, установах і організаціях.

Станом на 2017 рік в Україні існувало 656 архівних установ. З них 9 центральних державних архівів та 468 архівних відділів райдержадміністрацій, 134 архівних відділів міських рад, 12 галузевих архівів [38].

Всі архівні документи, які які мають культурну, історичну, наукову і практичну цінність для України формують Національний архівний фонд (НАФ).

Тобто НАФ це сукупність всіх архівних документів, які містять історичну, культурну, наукову або практичну цінність для України. До НАФ входять документи, які є важливою наукою та культурною цінністю для України; визнані відповідною експертизою як такі, що відображають історію духовного і матеріального життя народу України або народів, які проживали на її території і зареєстровані в порядку, передбаченому законом. До складу фонду також входять архівні документи, що знаходяться за межами території

України, але згідно міжнародного законодавства підлягають до повернення до України [23].

Особливостями саме СПВ, є те що їхні матеріали з описом політичних подій сьогодення отримує велику цінність із плином часу вони повністю змінюють свою функцію, так як перетворюється із суспільно-політичної літератури на історичну. Тобто матеріали СПВ на відміну від інших видів видань не втрачають свою цінність після того як описані там події не є актуальними та не впливають на буденне життя громадян. Ця особливість дійсно виділяє СПВ та та збільшує інтерес до їхнього архівування.

Так, наприклад в офіційному архіві раніше досі діючої організації «ОУН» створеного в 1970-их роках у Лондоні досі зберігаються та поширюються СПВ, які були створення в 1940-х, 50-х, 60-х роках 20 століття, такі як Сучасна Україна, Гомін України, Юнацький зрив. Всі ці газети висвітлювали суспільно-політичні події різних періодів часу 20 століття та діяли як елементи пропаганди. Для читачів сьогодні вони вони досі є дуже цінним матеріалом, але зовсім в іншому руслі, тепер їх читають як історичну літературу.

Це підкреслює важливість архівування СПВ через більший попит звичайної аудиторії до цих видань чим до видань будь якого іншого формату, а також через їхній науково-дослідницьку функцію, так як вони можуть слугувати історичним джерелом для дослідників історичного періоду в яких вони були написані.

Ще більш яскравим прикладом, того наскільки СПВ можуть викликати попиту задовго після їхнього видання є цифровий архів «Librarium», це проект що ставить за мету оцифровування та надання вільного доступу до всіх читачів історичних газет та журналів [19]. Команда «Librarium» виконала роботу з оцифрування більше ніж 800 000 сторінок та 400 видань, виданих в

різних частинах України та в українськими діячами в еміграції від початку до 50-х років XX ст.

Окремо від державних архівів існують архівні установи засновані юридичними чи фізичними особами, які мають право зберігати архівні документи, що не належать державі та територіальним громадам. Вони створюються для комерційної діяльності та надають послуги фізичним, юридичним особам або державним установам із архівування документів [26, 33].

Будь-яка юридична особа СПВ в праві створювати власні архівні підрозділи для збору та збереження або передавати документи на зберігання до державних національних або територіальних архівних установ [с. 6, 15].

Керівництво СПВ повинно затвердити свою номенклатуру справ для проведення їхньої експертизи цінності. Це є обов'язковою процедурою для систематизованого переліку справ із зазначенням строків зберігання. Номенклатура справ це обов'язковий и систематизований перелік назв справ. У випадку для друкованих видань це окремо виділені випуски газет, макети, PDF-файли, редакційні оригінали, а також супровідні матеріали. Водночас у випадку погіршення документу або загрози його значного погіршення власник зобов'язаний повідомити про це відповідну архівну установу [7, 42].

У такому випадку, якщо документи СПВ проходять експертизу цінності тобто визнаються такими, що підлягають до зберігання в НАФ вони повинні бути надані керівництвом видання до відповідних центральних або міських архівних установ. Після переходу під керівництво НАФ саме видання втрачає контроль та відповідальність за них.

Вибір документів повинен відбуватися за офіційним Переліком типових документів, що створюються під час діяльності державних органів та органів місцевого самоврядування, інших юридичних осіб, із зазначенням строків зберігання документів [43].

Сама експертиза цінності документів відбувається за загальними критеріями документа такими як: об'єктивності інформації викладеної в документі, його історичності, всебічності та комплектності тобто його оцінки в контексті інших документів. Під час оцінки документа до уваги приділяється його зміст та зовнішні ознаки [45; 7,8].

Якщо юридична особа не повинна надавати свою номенклатуру справ до НАФ вони несуть відповідальність збереження її своїх архівах. Залежно від обсягів накопичення інформації підприємство повинно покласти їх зберігання на окремий підрозділ або доручи їх окремому працівникові. До моменту передавання номенклатури справ до архіву вони повинні зберігатися в спеціальних приміщеннях під наглядом відповідальних осіб [с. 8, 41].

Більшість сучасних приватно-комерційних СПВ зберігають свій контент в електронному архіві. Електронний архів – сукупність організаційних, програмно-апаратних засобів для збереження електронних документів та інших даних в електронному вигляді [6, 43].

Бібліотека – це установа, організація чи структурний підрозділ, який несе інформаційну, культурну та освітню функції, має упорядкований фонд документів, доступ до інших джерел інформації та який був створеним для забезпечення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів [с. 1, 48].

На сьогодні в Україні налічується близько 12 тисяч бібліотек, але в робочому стані з них находиться лише 3-4 тисячі. Російське вторгнення в Україну завдало багато шкоди бібліотечній справі та вивело багато бібліотек з ладу і знищили близько 500 [31].

Загалом бібліотеки поділяються на національні, загальнодержавні, республіканські, обласні, міські, районні, селищні, сільські. Статус національних мають лише 8 бібліотек в Україні:

- Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого;

- Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського;
- Національна бібліотека України для дітей;
- Національна наукова медична бібліотека України;
- Національна історична бібліотека України;
- Одеська національна наукова бібліотека;
- Національна наукова сільськогосподарська бібліотека Національної академії аграрних наук України;
- Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника;

Національні бібліотеки є одними з найважливішим видів інформаційних та культурних центрів в Україні. В них зберігається найбільша кількість в нашій країні вітчизняних і зарубіжних документів. Вони в найбільшому обсязі надають доступ громадян до інформаційних ресурсів, іншими їхніми основними функціями є: підтримка наукової та освітньої діяльність, сприяння розвитку культури й участь у міжнародному обміні бібліотечними ресурсами та досвідом [39].

Отже, у цьому розділі було проведено аналіз ролі архівів та бібліотек у роботі із збереження та використання документної інформації і можна прийти висновків, що їхня функція заключається у збереженні документів та доступності їх. Архіви виступають спеціалізованими установами, що відповідальні за системне зберігання, облік та використання документів, які втратили первинне значення, але зберігають історичну та іншу цінність.

Важливим елементом архівної системи України є Національний архівний фонд, який об'єднує документи, що мають особливу культурну, історичну та наукову цінність. Його функціонування забезпечує цілісність документальної спадщини та створює підґрунтя для дослідження суспільно-політичних,

економічних і культурних процесів. Особливе значення у цьому контексті мають СПВ, які з часом трансформуються з актуальних інформаційних джерел у важливі історичні документи, що використовуються в наукових дослідженнях.

Важливу роль у системі збереження інформації відіграють також бібліотеки, які забезпечують доступ людей до періодики. Вони є важливими осередками збереження національної і світової культурної спадщини, сприяють розвитку науки, освіти і забезпечують доступ громадян до інформаційних ресурсів. У цьому підрозділі було згадано про національні бібліотеки, що акумулюють найбільші документальні фонди і забезпечують їх довготривале збереження і використання.

Отже, архіви і бібліотеки є взаємопов'язаними частинами єдиної системи збереження документної інформації, яка забезпечує її тривале зберігання, наукове опрацювання та доступність для суспільства.

Розділ 3. Шляхи удосконалення роботи із суспільно-політичними виданнями

3.1. Інноваційні підходи до формування, збереження та популяризації суспільно-політичних видань.

Сучасний світ перебуває у стані великих цифрових трансформацій, що безпосередньо впливають і на СПВ. Цифровізація суспільних процесів не оминула і їх, що заставило власників друкованих видань підлаштовуватися під нові реалії. Відсутність швидких та влучних змін у своїй роботі призвело до втрати частини авдиторії яка перейшла та почала довіряти нішовим непрофесійним публікаторам новин. Якщо власники загальнонаціональних та локальних видань надалі зволікатимуть з модернізацією їхньої діяльності, вони ризикують втратити більшу частину читацької аудиторії та поступитися позиціями інтернет-проєктам, що оперативно висвітлюють суспільно-політичні події.

Цифровізація перевела політичну комунікацію в онлайн. Політичні повідомлення політиків та державних діячів рідко транслюються в першу чергу через телебачення, радіо чи газети. Навіть окремі електронні платформи як веб сторінки і сайти відходять на другий план. Більшість ключових політичних фігур національного рівня мають власні сторінки та канали в соціальних мережах. Це також стосується центральних органів влади [59]. Такі сторінки користуються значною популярністю серед громадськості, що підтверджується високою кількістю читачів та середні показники охоплення контенту. За даними дослідження USAID для 84% українців соцмережі є основним джерелом отримання суспільно-політичних новин як для 40% це є єдиним джерелом новин [20]. Всі суспільно-політичні медіа та видання серед них, пізно, але осягнули всю важливість соцмереж та створили свої сторінки у найпопулярніших з них, таких як Instagram, TikTok, Youtube та Telegram.

Загалом перехід суспільно-політичних видань до інтернет-простору суттєво розширює масштаби їхньої діяльності збільшуючи аудиторію, підвищуючи рівень поінформованості населення та посиленню впливу видань на суспільну думку. Завдяки цифровим технологіям доступ до інформації стає легшим, більше не потрібно чекати коли вийде новий випуск загальнополітичної газети чи суспільно-політичного журналу та йти в магазин, щоб купити їх, при умові, що на всіх читачів їх може не вистачити. З переходом суспільно-політичних видань в інтернет формат це можна зробити в декілька кліків не виходячи з дому. Функціонування в електронному середовищі дозволяє виданням швидко реагувати на суспільні зміни та термінові політичні події.

Основною проблемою у функціонуванні СПВ, що перешкоджають їхній адаптації, є технічна застарілість організації роботи редакцій, а саме підготовки, опрацювання та публікації їхніх матеріалів в інтернет просторі. СПВ, які були найпопулярнішими та найавторитетнішими в часи друкованих медіа, просто поступаються в якості та оперативності роботи аматорським проєктам в соцмережах, так як частина населення отримує інформацію про актуальні події насамперед через соціальні мережі, СПВ втрачають значну частину своєї аудиторії [6, с. 2].

Для вирішення усіх вищеперечислених проблем можна запропонувати декілька рішень. Спочатку потрібно привести у форму порядок реєстрації різних видів видань. Згідно статті 63 Закону України «Про Медіа» електронні та друковані медіа потрібно реєструвати окремо. Тобто СПВ, котре поширює свою продукцію в друкованому та електронному форматах, повинно реєструватися як дві окремі організації у сфері медіа. Це створює певні незручності, але трактування цього закону далі стає більш нелогічним.

Так згідно статті 18 закону України «Про медіа» такі соцмережі як YouTube та TikTok визнаються як нелінійні медіа-сервіси. Багато СПВ, таких як «Українська правда» мають свої сторінки та канали на цих платформах. Наприклад та сама «Українська правда» зареєструвала 11 ютюб каналів як окремі суб'єкти медіа: «Українська правда» (YouTube), «Економічна правда»

(YouTube), «Кляті питання» (YouTube), «Роман Кравець» (YouTube) та інші. Нинішня система ускладнює ведення державного обліку та дублює інформацію про наявні СПВ в країні. Дублювання відбувається не лише через реєстрацію одного й того самого суб'єкта на різних цифрових платформах, а й реєстрацію їхніх регіональних одиниць. Так, СПВ «Еспресо» зареєстроване в реєстрі сім разів, оскільки вони окремо зареєстрували свої регіональні видання.

Через правову невизначеність, щодо реєстрування сторінок в соцмережах для СПВ в Україні, орган спільного регулювання у сфері онлайн-медіа та українські медійні організації закликали Нацраду запровадити мораторій на застосування санкцій щодо реєстрації сторінок та каналів в соцмережах [1].

Також з тим, що цей закон працює дуже незручно та може створювати незручності в роботі СПВ звернула увагу Оксана Романюк, виконавча директорка Інститут масової інформації: «Проблема в тому, що Нацрада фактично змінила підхід до цілого сегмента ринку без зрозумілих критеріїв, без публічного пояснення, без консультацій і без перехідного періоду. Для регулятора це може виглядати як усього лиш уточнення практики, але для медіа це серйозний виклик.» [27].

Більш зручним було б об'єднати всі цифрові платформи, які належать одному виданню в межах єдиного суб'єкта в сфері медіа. Це дозволило б СПВ спростити процес підтримки та документації власного бренду та зменшило б бюрократизацію.

Ще одним недоліком закону «Про медіа», який може уповільнити розвиток СПВ у їхньому розвитку на цифрових платформах є те, що треба чекати 10 днів після подання реєстрації на затвердження її в реєстрів. Тобто спочатку треба створити свій ресурс на платформах і чекати 10 днів щоб почати створювати контент. Для суспільно-політичного контенту це значно уповільнює їх розвиток, а за недотримання цього передбачається штраф від 80 тисяч до 600 тисяч гривень.

Після створення єдиного реєстру медіа, де кожне СПВ, може реєструвати свої сторінки та канали в соцмережах не як окремий суб'єкт, а як частину СПВ. ця проблема відпадає. Як ще одна альтернатива можна запропонувати альтернативну процедуру, яка спростила б реєстрацію СПВ в соцмережах, через запровадження принципу «повідомлення замість дозволу». Суб'єкт міг би розпочинати опублікувати свій контент після подання заявки до реєстру і він не отримуватиме штраф після внесення до єдиного реєстру медіа. Це набагато спростить процедуру реєстрації.

Тут ми можемо запозичити правило регулювання у партнерів із Європейського Союзу. Їхнє законодавство зобов'язує постачальників посередницьких послуг впроваджувати механізми повідомлення про незаконний контент та оперативно реагувати на такі повідомлення [3, с. 16].

Останньою проблемою нового закону про медіа є потенційний тиск з боку Нацради на незалежні СПВ. Нововиданий закон надає занадто великі повноваження Нацраді, щодо контролю над СПВ. Зокрема, тепер Нацрада має право застосовувати штрафи, виносити приписи, ініціювати заборону поширення онлайн-медіа, а щодо незареєстрованих медіа — тимчасово обмежувати доступ навіть без рішення суду. Крім цього, закон передбачає прискорений судовий розгляд справ проти медіа та розширює підстави для застосування санкцій [34].

Таке збільшення повноважень одного органу влади створює ризики надмірного впливу регулятора на медіасферу і в тому числі на СПВ. Гіршим є те що це може призводити до зловживань через непрямість норм закону, прикладом є критерії застосування санкцій, щодо видань. Як вже було згадано раніше, багато людей та органів влади не влаштовані положеннями щодо блокування незареєстрованих одиниць СПВ в соцмережах, широкої дискреції Нацради та обмеженої ролі органів співрегулювання, рекомендації яких регулятор може не враховувати

Україні варто звернутися за практикою Європейською Союзу. Згідно Європейського акту про свободу медіа (EMFA) в реєстрі медіа повинні

прописуватися прямі і непрямі власники та бенефіціари. Так у цьому документі тиск на онлайн-медіа (такі як акаунти в соцмережах) або ультимативні вимоги щодо реєстрації можуть розглядатися як втручання у свободу діяльності медіа та видань як одних із них. В українському реєстрі цього не потрібно вказувати. Держави мають оцінювати, чи не загрожують злиття та поглинання плюралізму медіа. Для цього і потрібні відкриті дані про власників кожного із видань [35].

Іншою проблемою на яку варто звернути увагу є нестача робочих кадрів та неправильний підбір нових спеціалістів. СПВ, які були найпопулярнішими та авторитетними в «часи газет» зараз поступаються в якості контенту в соцмережах, таких як YouTube, Instagram, Telegram тощо, непрофесійним медіа не через кращу роботу та професіоналізм других, а через неспроможність адаптації до нових платформ. Керівництво СПВ банально не знає як потрібно подавати інформацію в соціальних мережах, тому вони програють конкуренцію менш професійним, але більш здібним медіа проектам. Так, СММ, копірайтинг, графічний дизайн це все навички, які потрібно пристосувати саме до формату платформ на яких викладається контент. СММ асистенти це окремі спеціалісти, обовязки яких відрізняються від журналістів і відповідно навички їх теж є іншими. Часто СПВ, як Укрінформ та «Цензор.Нет» довіряють управління та висвітлення новин на нових цифрових платформах вже працюючим спеціалістам типу журналістів, які не володіють потрібними знаннями та навичками для ефективного виконання роботи та створення конкуренції іншим платформам.

Також потрібно проводити навчальні семінари для працівників керівного та технічного складу, для навчання роботи в з урахуванням сучасних умов. Регулярне проведення курсів підвищення кваліфікації та сертифікаційних програм. Заходи мають бути практично орієнтованими, які будуть покращувати реальні функціональні обов'язки та ознайомлювати з новими частинами роботи. Ефективно їх можна проводитися за принципом поступового ускладнення – від простих до більш складних завдань [с. 303, 29].

Прикладом СПВ. яке вдало справляється із цим завданням є Українська правда. Сторінки видання в соціальних мережах працюють не як просте дублювання матеріалів сайту, а як окремі канали комунікації з власними візуальним стилем. який нагадує оригінальний сайт видання, але все таки орієнтується та адаптується до платформи на якій публікується, таких як Instagram, YouTube та Telegram. Це дозволяє краще враховувати особливості аудиторій і запом'ятовуватися для нових читачів.

Ведення соцмереж здійснюють окремі СММ-спеціалісти, як було запропоновано вище в цій роботі. Такий поділ функцій між журналістами та працівниками цифрових платформ підвищує ефективність роботи видання: журналісти і редактори відповідають за свою роботу, а СММ-фахівці роботою соцмереж.

Додатково із додатку Б бачимо, що на сторінці вакансій видання уточнюється, що вони приділяють увагу професійному розвитку команди через корпоративне навчання. Такий підхід дозволяє Український правді ефективніше конкурувати в умовах інформаційного перевантаження новинним контентом [21].

Крім того, доцільним є вдосконалення внутрішніх редакційних та візуально-графічних стандартів суспільно-політичних видань. Створення єдиних підходів до оформлення редакційного, мультимедійного контенту та візуальних матеріалів сприятиме формуванню пізнавального стилю видання. Для цього для кожного СПВ варто впровадити централізовану редакційну політику щодо стандартів мультимедійного, редакційного та візуального контенту та координаційну структуру, які б відповідали за розробку, впровадження та контроль дотримання цих стандартів роботи на цифрових платформах, забезпечуючи підвищення якості контенту та ефективності інформаційної діяльності.

В умовах динамічного розвитку цифрового інформаційного простору та зростання конкуренції між суспільно-політичними виданнями, особливої актуальності набуває питання підвищення ефективності взаємодії з

аудиторією та адаптації контенту до різних цифрових платформ. Важливим є формування системного підходу до аналізу інформаційної поведінки користувачів, зокрема їхніх вподобань, каналів споживання новин та рівня залученості до матеріалів. Це передбачає використання сучасних цифрових інструментів аналітики, які дозволяють оцінювати результативність публікацій та визначати найбільш ефективні формати подачі інформації. Застосування таких підходів сприятиме підвищенню адаптивності суспільно-політичних видань, удосконаленню їхньої редакційної політики та зміцненню позицій у конкурентному медіасередовищі [56].

Редакційно-видавнича справа суспільно-політичних видань суттєво змінилася під впливом технологій, тепер замість всіх етапів друку редакції та розповсюдження газет потрібно переходити через етапи створення мультимедійного та текстового контенту. СПВ орієнтуються на оперативне оновлення інформації, трансляціями подій та взаємодією з читачами. Звісно, це дуже спростило роботу видань, цифровий формат дозволяє скоротити витрати на друк та розповсюдження матеріалів. Крім цього, процес створення та поширення інформації став значно швидшим, гнучкішим та менш ресурсозатратним.

Змінився спосіб подачі й розподілу контенту на сторінках СПВ, як електроних так і друкованих. Головний акцент тепер робиться на мультимедійний контент. Мультимедійний контент це комбінація різних форматів подання інформації таких як: текст, зображення, аудіо, відео, анімацію або інтерактивні елементи в єдиному продукті. Після переходу СПВ з друкованого формату на елеткронний з'явилася можливість передавати не лише текст, а й нерухоме зображення, зображення, що рухається, і звук. Ці зміни заставили керівництва газет, журналів та веб сайтів повністю змінили розстановку пріоритетів у створенні дизайну. Тепер для привернення уваги аудиторії недостатньо лише текстових матеріалів, редакції активно використовують відео, інфографіку та інтерактивні елементи [52, с. 2]. Це дозволяє краще привернути увагу читачів, дозволяє швидше поширювати

інформацію та йти в ногу з часом тим самим підтримуючи конкурентоспроможність профільованих СПВ з аматорами.

У сучасному цифровому середовищі СПВ почали випускатися в різних форматах і читаються на різних пристроях, як «з рук» якщо мова йде про друковані газети так і з комп'ютерів, планшетів і телефонів. Тому редакціям потрібно пристосуватися до цього та створювати універсальний дизайн, який буде зручним як для друкованих одиниць, так і для електронних. Тому СПВ почали використовувати адаптивний дизайн, коротші текстові блоки, зручну навігацію та мультимедійні елементи для комфортного сприйняття інформації на різних пристроях [36].

Отже, спираючись на все вищесказане, аналіз сучасних змін СПВ у контексті цифровізації свідчить про структурні зміни в їхньому функціонуванні, організації роботи та способах взаємодії з аудиторією. Основною тенденцією є поступовий перехід від традиційних друкованих форматів до цифрових платформ, що спричиняє зміну моделей виробництва та поширення інформації. У цих умовах СПВ змушені адаптуватися до нових технологічних реалій, переорієнтовуючи свою діяльність на оперативне створення мультимедійного контенту та роботу в соціальних мережах.

У цьому підрозділі було встановлено, що цифровізація змінила характер медіаспоживання: соціальні мережі та онлайн-платформи стали основними джерелами отримання суспільно-політичної інформації для значної частини населення. Це призвело до посилення конкуренції між професійними медіа та новими аматорськими інформаційними проєктами, які часто оперативніше реагують на події. Через повільніше адаптацію до цифрових форматів та рівень інтеграції сучасних комунікаційних інструментів, традиційні СПВ втрачають частину аудиторії.

Важливим аспектом дослідження є виявлення проблем законодавства України, зокрема закону «Про медіа». Серед основних недоліків цього закону можна виділити визначено ускладнену систему реєстрації цифрових платформ, дублювання обліку медіа-суб'єктів та надмірну зарегульованість

окремих процедур. Це створює надмірну кількість бюрократичних процедур для розвитку СПВ у цифровому середовищі та загалом Україна потребує вдосконалення законодавчих механізмів.

У цьому підрозділі значна увага була зосереджена на кадровому та організаційному забезпеченні діяльності видань. Було відзначено, що одним з основних викликів є низька адаптація редакційних команд до роботи у цифрових медіа, зокрема, відсутність фахівців SMM, контент-менеджменту та мультимедійного виробництва. Це знижує конкурентоспроможність традиційних СПВ порівняно з сучасними цифровими платформами. Водночас у цьому підрозділі були описані вдалі випадки вирішення кадрових проблем задіюючи професійних спеціалістів та їхня кооперація із журналістами.

Крім того, дослідження показало, що основним напрямком розвитку SPV є впровадження сучасних цифрових технологій, аналітичних інструментів та мультимедійних форматів подачі інформації. Використання адаптивного дизайну, інтерактивних елементів та багатоформатного контенту дозволяє підвищити ефективність комунікації з аудиторією та забезпечити конкурентоспроможність у цифровому середовищі.

Таким чином, СПВ перебувають у стані трансформації, що охоплює технологічний, організаційний, правовий та інші рівні. У цьому підрозділі було зроблено висновок, що головний СПВ країни потрібно навчитися працювати у новому цифровізованому світі.

- аналіз даних, для кращого розуміння своєї авдиторії;
- розвиток мультимедійного контенту, використанням відео, інфографіки та інтерактивних елементів;
- кадрові зміни, найняття окремих СММ спеціалістів, які виконуватимуть окрему роботу від інших працівників;
- оптимізація редакційних процесів щоб підвищити оперативність та якість подачі матеріалів.

3.2. Перспективи розвитку суспільно-політичних видань в умовах цифровізації

Цифровізація значно змінила інформаційну сферу в тому числі і суспільно-політичні видання. Розвиток технологій та поява цифрових платформ для поширення інформації суттєво змінили напрям розвитку друкованих і електронних видань [53]. Це зумовило суспільно-політичні видання пристосовуватися до нових умов інформаційного середовища, зростання конкуренції з боку соцмереж та змін у потребах аудиторії. У таких умовах редакції змушені впроваджувати інноваційні підходи до створення та редакції контенту своїх видань, пристосовуватися до роботи в соцмережах та інших цифрових платформах, що стало важливою тенденцією розвитку сучасних суспільно-політичних видань.

Однією з головних тенденцій розвитку СПВ в умовах цифровізації є послідовний перехід до повністю безпаперових технологій. Сьогоднішній високотехнологічний світ змінюється дуже швидко, що потребує швидких, рішучих та сміливих дій [49, с 96]. Повна відмова від друкованих газет та зосередження на електронних носіях інформації може може сприяти оперативнішому поширенню суспільно-політичної інформації, швидшому реагуванню на актуальні події, розширенню аудиторії через цифрові платформи також це може зробити інформацію більш доступною для мешканців прифронтових міст і доступною мешканцям окупованих територій.

Щоб розібратися як можна найбільш ефективно розвивати СПВ в цифровому світі потрібно відповісти на питання, чи потрібно досі використовувати друкарську продукцію для державних та приватних видань. Згідно дослідження Інституту масової інформації у 2025 році 84% українців взагалі ніколи не користуються газетами і журналами для отримання інформації. Більшість українців надають перевагу соцмережам [8].

Дані тільки збільшуються на користь соцмереж з кожним роком, у 2019 році лише 68% українців використовували цифрові платформи як перше джерело

політичних новин, а у 2025 ця цифра сягнула 84% [53]. Насправді соцмережі. які висвітлюють новини суспільно-політичного характеру давно конкурують не з друкованими СПВ, а з радіо та телебаченням. Це можна побачити з вищенаведених досліджень. За даними Інституту масової інформації за 2025 рік 75% українців ніколи не отримує інформацію з радіо, а телемарафон вважається медіа з найнижчим рівнем довіри.

Уряд України розуміє тенденції сучасного світу та скорочує фінансування державних видань таких як «Урядовий кур'єр» та «Голос України». У 2024 році ці видання припинили роботу як медіа, тим самим втративши функцію суспільно-політичних видань та перетворилися на друковані вісники для публікації законів та інших нормативних актів. Їхнє фінансування суттєво скоротилося із 50,3 мільйонів гривень для «Урядового кур'єра» у 2023 до 11,8 мільйонів у 2024, «Голос України» у 2024 році отримав ще менше - 8,2 мільйони гривень. Такі зміни свідчать про поступовий перехід держави від підтримки традиційних друкованих форматів до більш цифрових способів поширення офіційної інформації та нормативно-правових документів [49].

Україна є державою яка активно та швидше за інші країни запроваджує діджиталізація державних послуг та установ, прикладом того є «Дія». Цифрові сервіси «Дії» вже використовують мільйони українців, що демонструє загальну готовність суспільства до переходу в електронне інформаційне середовище, що є сигналом на який розуміє та реагує уряд України.

Насправді останні декілька років просто вийшли складним часом для видавництв. На період останніх шести років припала світова пандемія та повномасштабна війна. Ці чинники мали серйозний негативний вплив на індустрію видавництв і створили для неї такі проблеми з якими вона ніколи не стикалася раніше.

За даними із додатку В кількість суб'єктів господарювання у видавництві газет в цілому після 2020 трошки падає та зменшується майже вдвічі після початку повномасштабного вторгнення у 2022. Це показує те, що

видавництва газет не готові до проблем викликаних цими двома подіями, але будь яка індустрія в Україні не була готова до цього. Дивлячись далі на таблицю, можна зробити висновки, що газети, в тому числі і суспільно-політичної тематики, змогли вдало відреагувати та відновитися після цих подій, особливо початку повномасштабної війни. Згідно таблиці, ситуація у 2023 році починає ставати кращою. Ці цифри показують, що друковані СПВ мають тенденцію на покращення та досі мають свою аудиторію. Є всі передмови вважати, що стан друкованих СПВ, хоч і з домінуванням електронних та цифрових носіїв інформації над ним, повернеться до показників, довоєнного рівня. Також аргументом для відновлення газетних видань є той факт, що в таблиці можна бачити зростання друкованих видань всіх видів. Цифри збільшують як за даними про число підприємств видавництв так і за числом тиражів різних видань відповідно до додатку Г [28].

Отже, можна зазначити, у цифровому світі, коли цифрові носії суспільно-політичних новин та інформації опережають СПВ, та не взираючи на всі труднощі спричиненні пандемією COVID-19 та розв'язанням агресії проти України. друковані видання все ще мають сенс існувати та мають своїх читачів, яких досі достатньо, як мінімум, щоб СПВ могло існувати. Також, згідно таблиці, сектор видавництва відновлює свою роботу на повну після серії подій, які уповільнили його роботу. Для подальшого розвитку СПВ, потрібно пристосовуватися до нових реалій де цифрові видання давно обігнали друковані, вивчати нові види подання новин та вдосконалювати свій продукт відповідно до реалій, можливо додавати щось нове або покращувати існуюче видання. Можливо варто змінити свою політику та дивитися на себе як аутсайдера в сфері медіа, дивлячись на ситуацію реалістично виданням можна буде краще орієнтуватися з їхніми подальшими кроками, щодо вдосконалення своїх видань. Іншою перевагою якою можна скористатися є те, що друковані видання меншою мірою залежать від алгоритмів соціальних мереж і пошукових систем, що дає змогу читачам отримувати цілісний та послідовно сформований інформаційний продукт. Друковані видання можуть запропонувати аналітичність і глибину матеріалів, оскільки вони часто

пропонують детальніший аналіз подій. Видавцям потрібно детальніше вивчати потреби цільової аудиторії відповідно до особливостей кожного суспільно-політичного видання. Перехід видань в електронний формат змінив сприяння отримання інформації, оперативність вийшла на перший план, а не а не ґрунтовність і тривалість підготовки матеріалів, тому друкованим СПВ варто звернути увагу на вдосконалення видавничих процесів [40]. Також, щоб триматися на плаву та покращувати свою продукцію на державному рівні, дивлячись на те як держава ставиться до офіційних видань як «Голос України» та «Урядовий кур'єр», потрібно стимулювати інвестиції та доводити державним органам та комісіям у важливості друкованої галузі. Враховуючи всі ці заходи, друковані видання можуть дійсно триматися на плаву ще доволі довгий час, звісно немає тенденцій до повернення їх на домінуючу сторону в сфері суспільно-політичного медіа, але вони можуть існувати як одне з джерел суспільно-політичних новин для суспільства, впливати на громадську думку та їхні настрої.

Також на користь друкованих СПВ грає роль феномену «slow journalism» повільного медіа. Коли люди через велику кількість новин та перевантаження зі сторони соцмереж переходять до застарілих газет щоб отримати більш зосереджене, спокійне та аналітичне сприйняття інформації без постійного інформаційного шуму та постійної реклами [8].

У такому форматі читач має більше часу для осмислення матеріалу, та глибшого розуміння подій Це може не тільки тимчасово прибільшити аудиторію СПВ а й збільшити постійну читацьку аудиторію кожного з видань так як деякі читачі можуть оскільки частина читачів може свідомо обрати друковані газети як постійне джерело суспільно-політичних новин, це зумовлено тим, що люди, які готові до суттєвої зміни формату споживання медіаконтенту можуть дозволити собі такий перехід [10].

В умовах цифровізації та появою більшою кількості джерел інформації з'явилася проблема неконтрольованої кількості джерел суспільно-політичних новин, що створило перевантаження на ринку медіа та не могло не зачепити діяльність СПВ. Після поширення популярності цифрових медіа практично

кожен користувач отримав можливість створювати власні інформаційні ресурси в інтернеті (на платформах соціальних мереж або навіть створювати свій власний веб сайт) та поширювати суспільно-політичні новини. Хоч уряд України намагається контролювати цей процес, наприклад вже згаданим раніше законом «Про медіа», на даний час це не вдається. Із цією проблемою стикається не лише уряд України, а й уряди більшості країн світу [31].

З урахуванням такої ситуації однією з перспектив розвитку СПВ є довіра громадськості до бренду. Через перенасиченість новин та, головне носіїв новин, громадськість втрачає довіру до будь яких з них, оскільки більшість людей не має достатньо часу та мотивації для перевірки достовірності отриманої інформації, тому в громадськості вибудовується довіра до окремого бренду (організації видання), який вони можуть довіряти та використовувати як постійне джерело інформації в епоху цифрового середовища [с. 3, 24].

Звісно здобуття лояльності частини громадськості перетворилося на основу для будь-якого СПВ в сьогоднішньому світі. У ситуації, коли інформаційний простір перенасичений новинами з соціальних мереж, аудиторія дедалі частіше орієнтується не на швидкість та оперативність новин, а на те, хто саме її опублікував. Тому важливість лояльності аудиторії та побудови репутаційного видання грає вирішальну роль та є однією з основних бізнес цілей кожного видання в епоху, коли непрофесійні медіа затьмарюють професійні багаторічні СПВ.

Багато найбільших каналів з найчастіше використаної соцмережі для отримання новин – Телеграму – неодноразово були звинувачені та доведені у використанні джинси у себе на стрічках [54]. Джинса — це прихована реклама, яка виглядає як звичайна новина, але насправді є проплаченою. У суспільно-політичному інформаційному просторі джинса зазвичай використовується для дискредитації діяльності однієї політичною групи чи державних органів та оплачується, зазвичай, їхніми конкурентами. Після постійних скандалів багато цифрових засобів масової інформації втрачають довіру та лояльність серед громадськості. Водночас СПВ, які вже мають

багаторічну репутацію та впізнаваність бренду, можуть впевнено виділятися серед великої кількості неперевірених та часто не викликаючих довіри цифрових джерел інформації та здобувати довіру громадськості.

Завдяки цьому СПВ здатні компенсувати перевагу цифрових ЗМІ в оперативності власною авторитетністю, високими журналістськими стандартами, глибиною аналітики та якістю подачі інформації.

Додаток Д показує світову тенденцію в останньому десятилітті до переходу людей до нетрадиційних джерел отримання інформації, таких як подкасти, відео платформи та соціальні мережі. В той час традиційні медіа втрачають свій вплив на суспільство з кожним роком в геометричній прогресії, і не винятком стали СПВ.

Згідно цим графіком: телебачення — 72% до 50%, а тобто втратило 22 пункти, друковані видання впали з 47% до 14%, тобто втратили ще більше пунктів, а саме 33 пункти. Новинні сайти та додатки впали з 69% до 48% (-21 пункт). Згідно з графіком, соціальні мережі та відеоплатформи зросли з 27% до 54%, тобто додали 27 процентних пунктів і вперше стали головним джерелом новин. Новинні подкасти досягли показника 15%, а ШІ-чат боти, які лише починають використовуватися як джерело новин, уже мають 7% аудиторії.

Отже, цифровізація стала одним із ключових чинників трансформації СПВ. Розвиток соціальних мереж та скачок у розвитку технологій змінив способи поширення інформації та особливості сприйняття її авдиторією. У сучасних умовах СПВ змушені адаптуватися до нових форматів роботи, впроваджувати цифрові інструменти та враховувати зміну інформаційних потреб суспільства.

Проведений аналіз показав, що попри стрімке зростання популярності електронних медіа та соціальних мереж, друковані суспільно-політичні видання не втратили свого значення повністю. Вони продовжують бути джерел інформації, а також залишаються джерелом якісної та більш ґрунтовної аналітики суспільно-політичних процесів.

Перспективи розвитку СПВ пов’язані з подальшим розширенням присутності у цифровому середовищі, використанням мультимедійного контенту, підвищенням довіри аудиторії до бренду видання та вдосконаленням редакційних процесів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження доводить, що суспільно-політичні видання досі займають вагоме місце в сучасному медіа просторі і не зважаючи на всі недоліки та помилки з пристосуванням до нових реалій цифровізованого світу. вони досі впливають свідомість частини суспільства на та є одним з відвідуваних джерел інформації. Друковані газети та журнали суспільно-політичної тематики, по-перше, відійшли на другий план та не претендують на лідерство як джерело інформації для громадськості, але змогли частко відродитися виконуючи зовсім інші функції, в першу чергу естетичну, а не інформаційну, у цьому їм допоміг феномен, який прийшов із країн Західної Європи та Північної Америки, зокрема Великої Британії та Сполучених Штатів Америки, «slow journalism». В той же час як було виділено в дослідженні, друковані видання, не вимерли повноцінно, а досі існують виконуючи саме інформаційну функцію для частини суспільства в Україні.

Приватно-комерційні СПВ з самого початку історії незалежної України переважали державні видання та користувалися більшою популярністю серед громадськості. З кожним роком тенденція йшла на масштабування роботи різних СПВ та збільшення кількості різних компаній, але під впливом розвитку цифрового суспільства з'явилася навіть більша тенденція до розвитку непрофесійних неліцензованих медіа, які змогли витіснити професійні СПВ за популярністю. Це створило тенденцію до буму в просторі суспільно-політичного медіа в Україні, що одночасно з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну заставило українців стати більш медіа грамотними, ретельніше вибирати свої джерела інформації, частіше перевіряти новини, які вони читають та головне з'явилася тенденція до довіри до окремого бренду, що на пряму зачепило СПВ.Так, у сучасному цифровізованому інформаційному середовищі особливого значення набуває формування сильного та впізнаваного медіа бренду, який користується довірою аудиторії.

Серед інших змін у роботі СПВ, які довелося впроваджувати в умовах стрімкого розвитку технологій та цифровізації суспільства, стало висунення оперативності на перший план, що тим самим повпливало на насиченість та якість написання самих новинних репортажів і відвело його на другий план. Тобто швидкість поширення інформації дедалі частіше почала переважати надсамою глибиною,аналітичністю та повнотою висвітлення суспільно-політичних подій.

Аналіз роботи СПВ в останні роки свідчить про їхнє усвідомлення нових реалій світу та запізніле, але адаптування до них. Через невчасний перехід до нових ринків, вони втратили частину початкової та нової авдиторії, але дивлячись на нинішню статистику та кількість читачів серед всіх платфор, можна впевнено сказати, що вони змогли відігратися по критеріям охоплення суспільства, завдяки їхньої професійності, вибудування бренду, оперативності та доступу до інформації, якою не володіють 'аматори', що дозволяє їм публікувати деяку політичні, економічні та військові новини раніше. Отже, за аналізом данного дослідження, СПВ досі тримають свої позиції на ринку друкованих видань, їхні електронні джерела інформації, такі як вебсайти, залишаються одним з найпопулярніших джерел суспільно-політичних новин українців, трошки поступаючись соцмережам, поступова адаптація та вчення на своїх помилках стають сильним грунтом для розвитку в майбутньому.

Держава Україна теж намагається йти в ногу з часом та прийняла новий закон «Про Медіа», який одразу відмінив 6 існуючих законів. Аналіз діючого закону показав позитивні та негативні аспекти сьогоднішньої його варіації, коли цей закон полегшує та модернізує регуляцію роботи СПВ в сучасному світі він потребує покращень. Українське законодавство заставляє СПВ реєструватися декілька разів в єдиному реєстрі медіа, якщо вони представляють себе на різних платформах або представляють себе декілька разів на одній платформі, не обійшлося і без повторного реєстрування регіональних одиниць різних компаній. Це створює багато незручностей для роботи як СПВ так і державних органів. Також, після проведення детального аналізу закону та

скарг професійних представників державних, політичних сил, а також представників різних видавництв, було пройдено до висновку, що цей закон надає занадто багато повноважень Нацраді та створює умови для тиску на медіа в цілому та СПВ в тому числі, що є неприпустимо. Головною рекомендацією залишається опиратися на наших партнерів із ЄС та перейняти їхні норми з регулювання СПВ в електронному та друкованому форматах.

Було проведено комплексне дослідження та оцінка ролі архівів та бібліотек в роботі СПВ, збір інформації легітимних шляхів збереження своїх документів після виконання ними своєї ролі. Була проведена оцінка сучасного законодавства, його переваги та недоліки, виявлено застарілість деяких підрозділів та слабкі сторони деяких виданих законодавчих нормативно-правових актів, які можуть послабити швидкість та ефективність роботи цих установ в їхній роботі. Був проведений детальний аналіз із можливих покращень, які можна додати до законодавства України щоб створити роботу бібліотек та архівів в роботі із СПВ більш ефективною. Окрім цього, була описана робота деяких існуючих онлайн архівів, таких як онлайн архів «Організації українських націоналістів», яка володіє великою кількістю історичних СПВ із 1940-их, 50-х, 60-их років та для громадськості являється єдиним доступним місцем де можна отримати доступ до цих документів. Також було описано роботу онлайн проєкту «Libraria», що є найбільшим цифровим архівом України, який містить сотні історичних газет та журналів XX століття та знову ж таки слугує єдиним джерелом для громадськості для багатьох СПВ, якими володіє.

Тим, самим було виділено головну відміну СПВ від іншої періодики та тим самим найбільшу її перевагу над ними в інтересі до них в архівних установ, а саме велику історичну цінність, яка з'являється із плином часу через написання основного змісту видань на політичну, військову та економічну тематику, що може слугувати джерелом інформації під час написання історичних текстів та досліджень.

Отже, розв'язання проблем пов'язаних із сучасним станом СПВ, потребує реалістичного погляду на ситуацію, прийняття комплексного ряду рішень модернізації роботи з боку видавництв та державних органів орієнтуючись на досвід наших західних партнерів органів ЄС, повага до прав усіх учасників правовідносин, вільної конкуренції та поваги до законодавства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Christian Ruggiero The contagion of slow journalism [Електронний ресурс]. Micromega. URL: https://www.micromega.net/the-contagion-of-slow-journalism (дата звернення: 03.05.2026).

2. European Parliament and Council of the EU. Regulation (EU) 2024/1083 [Електронний ресурс]. EUR-Lex. URL: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj/eng (дата звернення: 29.04.2026).

3. European Union. Regulation (EU) 2022/2065 (Digital Services Act) [Електронний ресурс]. EUR-Lex. URL: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/eng (дата звернення: 09.06.2026).

4. Gemius. Соціальні мережі: хто використовує і як? [Електронний ресурс]. – Gemius. – URL:http://www.gemius.com.ua/vse-stati-dlja-chtenija/socialnimerezhi-xtovikoristovuje-i-jak.html (дата звернення: 21.04.2026).

5. Global economy. Ukraine: Internet users [Електронний ресурс]. – TheGlobalEconomy. – URL: https://fr.theglobaleconomy.com/Ukraine/Internet_users/ (дата звернення: 11.04.2026).

6. Beagle D. Web-based learning environments: Do libraries matter? College & Research Libraries. 2000. Vol. 61, no. 4. P. 367–379. URL: https://doi.org/10.5860/crl.61.4.313

7. Puehringer S., Rath J., Griesebner T. The political economy of academic publishing: On the commodification of a public good. DOI: 10.1371/journal.pone.0253226

8. Le Masurier M. What is Slow Journalism? Journalism Practice. 2014. Vol. 9, no. 2. P. 138–152. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2014.916471.

9. Lazarsfeld P. The People's Choice. How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign [text] / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. – N.Y.: Columbia University Press, 1968. – 187 p.

10. Benjamin Bathke, Slow down, read up: why slow journalism… [Електронний ресурс]. Nieman Lab. URL:

https://www.niemanlab.org/2019/03/slow-down-read-up-why-slow-journalism-and-finishable-news-is-quickly-growing-a-following/ (дата звернення: 02.05.2026).

11. Беспалько О. 84% українців отримують новини з соцмереж [Електронний ресурс]. The Inweb Media. URL: https://theinweb.media/84-ukrayinciv-otrymuyut-novyny-z-socmerezh/ (дата звернення: (24.04.2026).

12. Боряк Г. В., Дубровіна Л. А., Калакура Я. С. та ін. Архівознавство : підручник / за заг. ред. Я. С. Калакури, І. Б. Матяш. 2-ге вид., випр. і доповн. Київ : КМ Академія, 2002. (потрібні сторінки / загальна кількість сторінок)

13. Борзенко Т. «Іти на поступки або шукати компроміси»: керівництво Укрпошти не налаштоване — редактори. URL: https://ukranews.com/ua/amp/news/574930-ity-na-postupky-abo-shukaty-kompromisy-kerivnyctvo-ukrposhty-ne-nalashtovane-redaktory (дата звернення: 09.06.2026).

14. Верховна Рада України. Про бібліотеки і бібліотечну справу : Закон України від 27.01.1995 р. № 32/95-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 01.05.2026).

15. Верховна Рада України. Про Національний архівний фонд та архівні установи : Закон України від 24.12.1993 р. № 3814-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12#Text (дата звернення: 02.05.2026).

16. Верховна Рада України. Про видавничу справу: Закон України [Електронний ресурс]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97 (дата звернення: 11.05.2026).

17. Горова С. Перспективи розвитку періодичних електронних видань у сучасному інформаційному середовищі // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2013. Вип. 35. С. 117.

18. Городенко Л. М. Теорія мережевої комунікації : монографія / Л. М. Городенко ; за заг. наук. ред. В. Ф. Іванова. — Київ : Академія Української Преси, Центр вільної преси, 2012. — 387 с.

19. Державна архівна служба України. Архіви України. URL: https://old.archives.gov.ua/Archives/Arhivy-Ukr.php (дата звернення: 07.05.2026).

20. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. [Чинний від 2016-07-01]. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 38 с.

21. Дудін В. Несвобода слова: чим загрожує проект закону про медіа? [Електронний ресурс]. – Commons. – URL: https://commons.com.ua/uk/nesvoboda-slova-chim-zagrozhuye-proekt-zakonu-pro-media/ (дата звернення: 17.04.2026).

22. Дячук К. Медіа-експерт IMI: В Україні найчастіше з-поміж медіа закриваються телеканали [Електронний ресурс]. – Інститут масової інформації. – URL: https://imi.org.ua/news/mediaekspertka-imi-v-ukrayini-najchastishe-z-pomizh-media-zakryvayutsya-telekanaly-i65026 (дата звернення: 17.04.2026).

23. Енциклопедія історії України (Національний архівний ресурс). URL: https://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Natsionalnyj_arkhivnyj (дата звернення: 08.05.2026).

24. Цигвінцев І. Політична культура в епоху цифровізації: нові дослідницькі інструменти // Політичні дослідження / Political Studies. 2024. № 2 (8). С. 131–150. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2024/11/7_Tsyhvintsev.pdf

25. Детектор медіа. Інтернет-ЗМІ та соцмережі вперше за популярністю обійшли телебачення [Електронний ресурс]. Detector Media. URL: https://detector.media/infospace/article/171755/2019-10-22-internet-media-ta-sotsmerezhi-vpershe-za-populyarnistyu-obiyshly-telebachennya-doslidzhennya/ (дата звернення: 29.04.2026).

26. Данькова Н. Нацрада почала реєструвати YouTube і TikTok-канали як нелінійні медіасервіси [Електронний ресурс]. – Detector Media. – URL: https://detector.media/rinok/article/247506/2026-02-05-natsrada-pochala-reiestruvaty-yutub-i-tiktok-kanaly-yak-neliniyni-mediaservisy/ (дата звернення: 19.04.2026).

27. Данькова Н. «Одне медіа не може перетворюватися на п'ять окремих» — представники медіасфери… [Електронний ресурс]. Detector Media. URL: https://detector.media/rinok/article/249616/2026-05-09-odne-media-ne-mozhe-pere

tvoryuvatysya-na-pyat-okremykh-predstavnyky-mediasfery-pro-novu-praktyku-natsrady/ (дата звернення: 29.04.2026).

28. Фещенко Є. А., Ганбарова Д. Д. Особливості ведення електронного документообігу суб'єктами господарювання в сучасних умовах // Молодий вчений. 2023. № 2 (114). С. 145.

29. Чудовська І. А. Зміни в сфері суспільних відносин, пов'язані з інтернет-комунікацією // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. пр. : у 2 т. Харків, 2013. Т. 2. С. 303.

30. ЦДІАК України. Хрестоматія з архівознавства. URL: https://undiasd.archives.gov.ua/doc/khrestomatiia_z_arkhivoznavstva.pdf (С. 86) (дата звернення: 03.05.2026).

31. Коваль О. Інтерфакс: новини [Електронний ресурс]. URL: https://interfax.com.ua/news/general/912455.html (дата звернення: 09.06.2026).

32. Кваско А., Сухорукова О. Стан та тенденції розвитку видавничо-поліграфічної галузі України. Економіка та суспільство. 2023. № 51. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2498/2417

33. Книжкова палата України імені Івана Федорова. Періодичні та продовжувані видання України, 2024. URL: http://www.ukrbook.net/statistika/periodyka2024.pdf (дата звернення: 19.04.2026).

34. Конощук Я. Закон про медіа: що зміниться для онлайн-медіа, блогерів і газет [Електронний ресурс]. URL: https://sud.ua/uk/news/publication/266150-vstupil-v-silu-zakon-o-media-chto-izmenitsya-dlya-onlayn-media-bloggerov-i-gazet (дата звернення: 27.04.2026).

35. Лиско Н. А. Державне регулювання у сфері електронного документообігу в Україні // Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 1 (48). С. 55 - 103

36. Машкова Я. Джинса і маніпуляції. Як заробляють українські телеграм-канали з мільйонними аудиторіями? URL: https://imi.org.ua/monitorings/i56008 (дата звернення: 01.05.2026).

37. Мазур І. В. Вплив засобів масової інформації на формування громадської думки // Інформаційно-правове та організаційно-управлінське забезпечення інноваційного розвитку регіону : матеріали круглого столу. Київ : Видавничий дім «АртЕк», 2018. С. 384

38. Міністерство культури України. Бібліотеки України – осередки культурного надбання. URL: https://mincult.gov.ua/news/biblioteky-ukrayiny-oseredky-kulturnogo-nadbannya/ (дата звернення: 10.05.2026).

39. Науковий архів Сумського державного університету (повнотекстовий матеріал). URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d1e2ce4a-2fa2-4cef-8822-069cda183bea/content (дата звернення: 09.06.2026).

40. Науковий архів НТУ «ХПІ» (повнотекстовий матеріал). URL: https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/b14b792d-0577-43cd-90e6-d07880b6989a/content (дата звернення: 03.05.2026).

41. Перелік типових документів, що створюються в діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, інших установ, підприємств та організацій, із зазначенням строків зберігання документів : Наказ Головного архівного управління при Кабінеті Міністрів України від 20.07.1998 р. № 41. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95 (дата звернення: 15.05.2026).

42. Перелік типових документів, що створюються під час діяльності державних органів та органів місцевого самоврядування: Наказ Міністерства юстиції України від 12.04.2012 р. № 578/5. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0571-12#Text (дата звернення: 15.05.2026).

43. Положення про формування, зберігання та знищення електронних архівів у Національному банку України та банках України : Постанова Правління Національного банку України від 12.09.2006 р. № 357. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1089-06 (дата звернення: 13.05.2026).

44. Правила організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах: Наказ Міністерства юстиції України від 18.06.2015 р. № 1000/5. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0736-15#Text (дата звернення: 13.05.2026).

45. Про проведення експертизи цінності документів : Постанова Кабінету Міністрів України від 08.08.2007 р. № 1004. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1004-2007-%D0%BF#Text (дата звернення: 13.05.2026).

46. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 р. № 2849-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text (дата звернення: 19.04.2026)

47. Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України : Закон України від 15.04.2014 № 1207-VII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/1207-18 (дата звернення: 29.04.2026)

48. Сідак В. С. Диверсифікація суспільної свідомості – як загроза інформаційній безпеці держави та її нейтралізація [Електронний ресурс]. Ефективна економіка. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2219 (дата звернення: 30.04.2026)

49. Свистуха Д. Медійний ландшафт друкованих медіа в Україні 2024. Урядовий Курєр URL: https://mediamaker.me/news/uryadovyj-kuryer-z-pochatku-2024-roku-bilshe-ne-media-a-oficzijne-drukovane-vydannya-yak-cze-vplynulo-na-jogo-robotu/ (дата звернення: 05.05.2026).

50. Указ Президента України «Про опублікування актів законодавства України в інформаційному бюлетені «Офіційний вісник України»» від 13.12.1996 р. № 1207/96. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1207/96#Text (дата звернення: ..2026).

51. Інститут масової інформації. Оприлюднене опитування: Telegram є головним джерелом інформації для 52% українців [Електронний ресурс]. Інститут масової інформації. URL:https://imi.org.ua/news/opytuvannya-telegram-ye-golovnym-dzherelom-informatsiyi-dlya-52-ukrayintsiv (дата звернення: 28.04.2026).

52. Інститут масової інформації. Медійні організації закликають Нацраду до мораторію на перевірки реєстраційного статусу медіапослуг в інтернеті [Електронний ресурс]. URL: https://imi.org.ua/news/medijni-organizatsiyi-zaklykayut-natsradu-do-moratoriyu-na-perevirky-reyestratsijnogo-statusu-mediaposlug-v-interneti (дата звернення: 09.06.2026).

53. Томіленко С. За три роки передплата газет і журналів скоротилася майже на третину [Електронний ресурс]. Ukrinform. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2512974-za-tri-roki-peredplata-gazet-i-zurnaliv-skorotilasa-majze-na-tretinu.html (дата звернення: 09.06.2026).

54. Типи лонгрідів у сучасних онлайн-медіа: позитивні та негативні аспекти // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2025. Вип. 56. С. 3–5. URL: https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/13271 (дата звернення: 09.05.2026).

55. В Україні виходять понад 3 тис. друкованих ЗМІ // Детектор медіа [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: https://detector.media/rinok/article/128806/2017-08-10-v-ukraini-vikhodyat-ponad-3-tis-drukovanikh-zmi/ (дата звернення: 11.05.2026).

56. Подоляка Н. С. Газетно-журнальне виробництво : конспект лекцій для студ. спец. 6 «Журналістика», 8 «Медіа-комунікації» усіх форм навчання / Н. С. Подоляка. Суми : Сумський державний університет, 2015. 120 с

57. Чадюк О. М. Пропаганда ідей та сучасне українське міфотворення // Український соціум / О. С. Власюк, В. С. Крисаченко, М. Т. Степико та ін. ; за ред. В. С. Крисаченка. Київ : Знання України, 2005. С. 734–749.

58. Чернявський С. Медіаландшафт друкованих медіа в Україні 2024. URL: https://detector.media/infospace/article/234226/2024-11-02-media-landshaft-drukovanykh-media-v-ukraini-2024/ (дата звернення: 21.04.2026).

59. Чернявський С. Медіа-ландшафт друкованих медіа в Україні – 2024. URL: https://detector.media/infospace/article/234226/2024-11-02-media-landshaft-drukovanykh-media-v-ukraini-2024/ (дата звернення: 09.06.2026).

60. Nic Newman. Digital News Report 2025: Executive Summary // Reuters Institute for the Study of Journalism. 2025. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary (дата звернення: 10.05.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А

До підрозділу 1.1 Класифікація та типологія суспільно-політичних видань

Розподіл газетних видань в Україні за мовами видання у 2024 році

Випуск в Україні газет за мовами

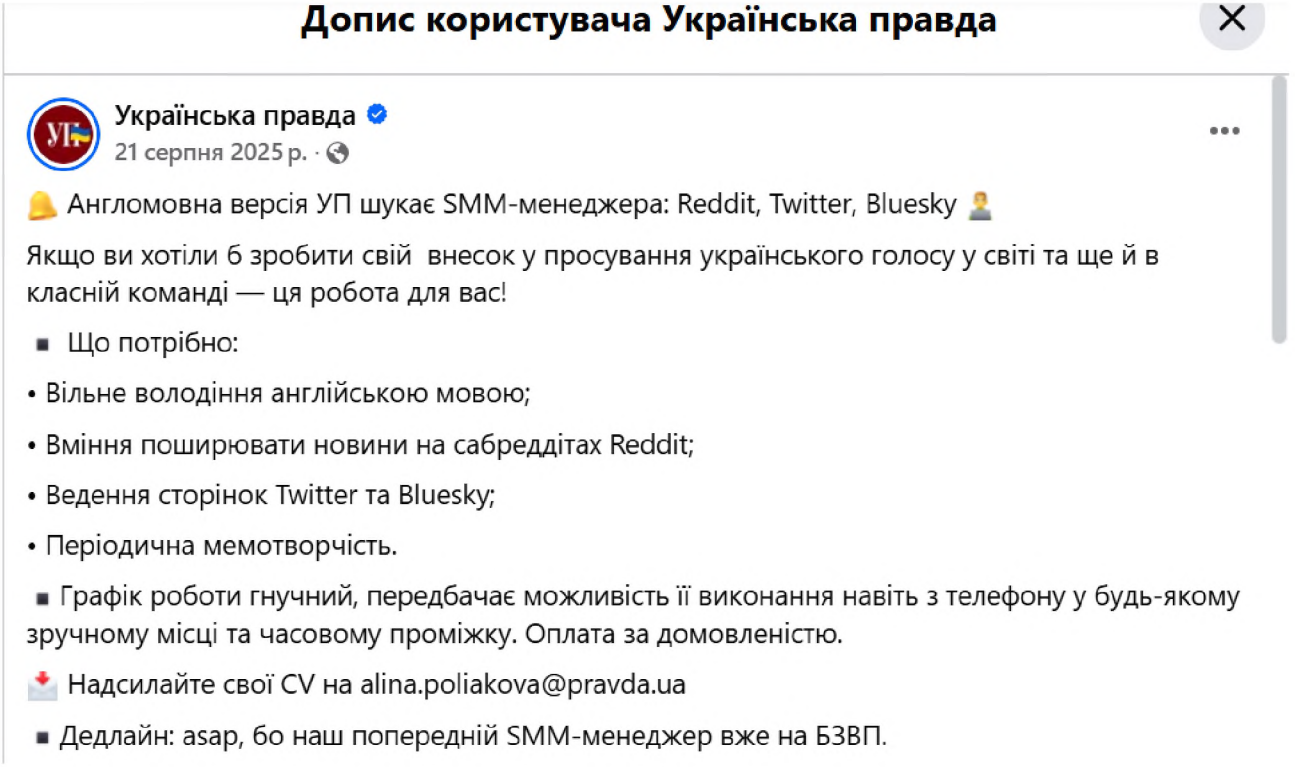
Мова видання	2024	
	Кількість видань, друк. од.	Річний тираж, тис. пр.
Українська	565	197 879,5
Російська	33	42 506,7
Польська	1	24,0
Угорська	4	1 026,8
Двомовні	67	23 884,8
Багатомовні	2	276,2
Усього	**672**	**265 598,0**
У тому числі додатки	4	131,0

Джерело: [51]

Додаток Б

До підрозділу 3.1. Інноваційні підходи до формування, збереження та популяризації суспільно-політичних видань.

Допис видання «Українська правда» у Facebook про набір працівників



Джерело: Офіційна сторінка «Українська правда» у Facebook

Додаток В

До підрозділу 3.2.Перспективи розвитку суспільно-політичних видань в умовах цифровізації

Кількість суб'єктів господарювання у видавництві газет та інших періодичних матеріалів в Україні за до початку пандемії Covid-19 та початку повномасштабного вторгнення у 2022 (2020 та 2023 роки)

Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2020-2023 рр.
(58.1. «Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність») (складено автором за [1])

Код КВЕД-2010	Види економічної діяльності	Роки			
		2020	2021	2022	2023
58.1	Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність, в т.ч.:	4110	3882	2728	2900
58.11	- видання книг	959	951	696	774
58.12	- видання довідників і каталогів	65	61	48	50
58.13	- видання газет	1106	1050	652	652
58.14	- видання журналів і періодичних видань	860	769	545	579
58.19	- інші види видавничої діяльності	1120	1051	787	845
58	Разом видавнича діяльність	8788	9077	7796	7975

Джерело: [21]

Додаток Г

До підрозділу 3.2.Перспективи розвитку суспільно-політичних видань в умовах цифровізації

Кількість суб'єктів господарювання у видавництві газет та інших періодичних матеріалів в Україні за до початку пандемії Covid-19 та початку повномасштабного вторгнення у 2022 (2020 та 2023 роки)

Динаміка випуску неперіодичних видань в Україні за 2022-2023 рр., [2]

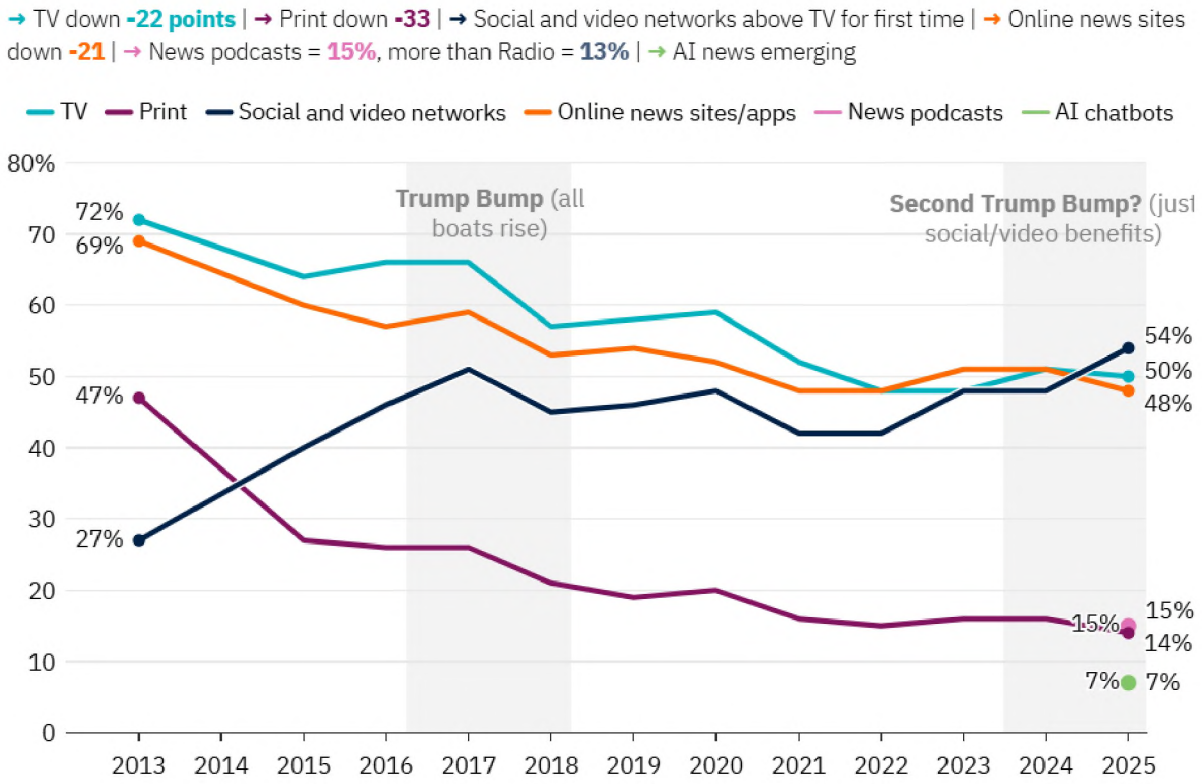
Види идань	Роки			
	2022		2023	
	Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. пр.	Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. пр.
Книги та брошури	9 691	11 704,2	15 187	24 664
Автореферати дисертацій	77	8	221	22,4
Образотворчі видання	858	2 406,3	1 193	4 112,3
Картографічні видання	65	60,6	63	95,1
Нотні видання	111	25,4	140	23,1

Джерело: [21]

Додаток Д

До підрозділу 3.2.Перспективи розвитку суспільно-політичних видань в умовах цифровізації

Кількість користувачів різними джерелами медіа у світі за 2013 - 2025 роки



Джерело: [60]