

## ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ: ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ МАТЕРІАЛІВ ТА ЇХ ПРОСУВАННЯ



### SOLUTIONS JOURNALISM: FEATURES OF MATERIAL CREATION AND PROMOTION

**АНОТАЦІЯ.** Журналістика рішень бере свій початок у «журналістиці миру» 1960-1970-х років і «публічній журналістиці» 1990-х років. На сучасному етапі розвитку міжнародні фахівці медіасфери радять виокремлювати журналістські матеріали з журналістики рішень за чіткими критеріями.

Журналістика рішень в Україні – новий напрям у журналістиці, що виник у результаті глобальних змін комунікаційного середовища та його впливу безпосередньо на роль журналістики у житті громадян, зокрема й українців, особливо в період активного розвитку та доступності соціальних мереж.

Наразі не існує загально визнаного визначення журналістики рішень. В основі більшості – ідея пов'язати опис проблеми з оглядом можливих або наявних її рішень. Журналістика рішень може порушувати громадські проблеми, наприклад, проблеми місцевої громадської освіти, але вона також може висвітлювати питання національного масштабу.

Журналісти часто звертаються до аудиторії, щоб оцінити її обізнаність щодо тої чи іншої проблеми. Це може зробити історію цікавішою для читачів. Журналістика рішень також може бути хорошим інструментом для підвищення залученості аудиторії. Очевидна небезпека для журналістики рішень полягає в тому, щоб не закінчити матеріал адвокацією та підтримкою окремих людей чи організацій.

У цій статті, спираючись на закордонний досвід, за допомогою методу порівняння проаналізовано основні критерії щодо відповідності матеріалів українських медіа до журналістики рішень. Моніторинг ключових українських ЗМК та аналіз критеріїв відповідності публікацій щодо приналежності до журналістики рішень, дозволив сформуванню переліку рекомендацій для українських журналістів та студентів профільних факультетів щодо створення матеріалів з журналістики рішень.

Перспективи подальшого дослідження ми бачимо в формуванні чіткого наукового терміну «журналістика рішень», з огляду як на науковий дискурс, так і практичний досвід журналістів. Проаналізовано представлення матеріалів журналістики рішень на різних платформах (сайти, соціальні мережі, месенджери) та їх візуальний супровід в українському інформаційному просторі.

**Ключові слова:** журналістика рішень, конструктивна журналістика, громадянська журналістика, соціальні комунікації, соцмережі, російсько-українська війна, громадська думка.

**ABSTRACT.** Solution journalism originates in the «peace journalism» of the 1960s and 1970s and the «public journalism» of the 1990s. At the current stage of development, international experts in the media sphere advise separating journalistic materials from solution journalism according to clear criteria.

Solution journalism in Ukraine is a new trend in journalism that arose due to global changes in the communication environment and its direct impact on the role of journalism in the lives of citizens, including Ukrainians, especially during the active development and availability of social networks.

There is no universally accepted definition of solution journalism. Most revolve around the idea of linking a description of a problem with an overview of possible or existing solutions. Solution journalism can raise public issues by highlighting local public education issues, but it can also highlight issues on a national scale.

*Journalists often reach out to audiences to gauge their awareness of an issue or to gather their experiences on how to respond to it. It can make the story more appealing to readers. Solution journalism can also be a good tool for increasing audience engagement, even if only used once or twice, suggesting that it can be—at least in part—a solution to struggling journalism itself. The obvious danger in solutions journalism is not to stop at advocacy and start supporting individuals or organizations.*

*In this article, based on foreign experience, the main criteria for the correspondence of Ukrainian journalistic materials to solutions journalism are analyzed using the comparison method. By monitoring key Ukrainian mass media and analyzing the compliance criteria of publications belonging to solution journalism, a list of recommendations for Ukrainian journalists and students of specialized faculties for creating materials on solution journalism was formed.*

*We see the prospects for further research in forming a clear scientific term, «solutions journalism» in view of both the scientific discourse and the practical experience of journalists. Separately, it is worth paying attention to the presentation of solution journalism materials on various platforms (websites, social networks, messengers) and their visual support in the Ukrainian information space. The effectiveness of solution journalism materials on forming public opinion remains unexplored.*

**Keywords:** decision journalism, constructive journalism, citizen journalism, social communications, social networks, Russian-Ukrainian war, public opinion.

© Я. Бакаєвич, 2024

**В**ступ. Журналістика рішень – новий напрям у журналістиці. Виник він у зв'язку з тим, що зі стрімким розвитком комунікацій, а також перенасиченням порядку денного, споживачі новинного контенту розфокусують свою увагу. Відтак основні функції журналістики інформаційна та формування громадської думки не реалізуються повною мірою. Інформаційна функція журналістики передбачає збирання, обробку й поширення інформації. Функція формування громадської думки в журналістиці опирається на основоположні принципи демократичного суспільства – журналістський матеріал організовує обговорення важливих соціальних проблем, дає можливість виступу для всіх зацікавлених громадян на різних комунікаційних майданчиках тощо [2].

Л. Ерна, програмний координатор Solutions Journalism CEE у пражському медіа / організації розвитку Transitions Online, зазначає, що ідея журналістики рішень полягає в тому, щоб показати, як люди реагують.

О. Гресько визначає громадянську журналістику як діяльність людей, які активно збирають, аналізують, обробляють і поширюють інформацію без відповідної професійної журналістської підготовки. Дослідниця вбачає місію громадянської журналістики в наданні актуальної, перевіреної, незалежної, правдивої та різнобічної інформації самими громадянами, які не мають журналістської освіти, але мають право брати участь у журналістській діяльності як представники демократичного суспільства [2].

Для аналізу розвитку журналістики рішень та формування її історіографії важливими були праці Т. Басс [7], Д. Венн [12] та О. Панькевич [5].

Українська дослідниця Д. Лобанок дає таку дефініцію: «журналістика рішень – це підхід до створення матеріалів, в яких основною метою є пошук готового розв'язання проблеми, замість її висвітлення» [4].

Журналістика рішень починається з «журналістики миру» 1960–1970-х років і «публічної журналістики» 1990-х років. Перша кинула виклик традиційному журналістському підходу до конфлікту як двосторонньої боротьби, намагаючись знайти ненасильницькі методи розв'язання проблем. Друга критикувала переконання, що робота репортера полягає в тому, щоб викривати правопорушення, натомість підштовхувала до залучення людей до питань суспільного значення.

У 2003 жанр журналістики рішень остаточно закріпився в інфопросторі, адже саме тоді репортери та медійники створили організацію Reporters d'Espoirs (Репортери надії), основним завданням якої було – поширювати новини з фокусом на рішення. Ідея поширювалась і вже за декілька років ініціативу підхопив гігант медіаринку The New York Times зі своєю новою рубрикою «Fixes» («Виправлення»), у якій автори розмірковували над шляхами розв'язання найгостріших соціальних проблем. Після цього до журналістики рішень, яка визначається як суворі та керовані фактами новини, що включають відповіді на соціальні проблеми, почали звертатись

усе більше американських редакцій. На сьогодні ця журналістська практика мало досліджена, а наявні праці в першу чергу зосереджені на тексті.

З початку 2020-х рр., цей жанр набирає популярності в Україні.

**Метою** дослідження є окреслення загальних ознак та жанрових особливостей матеріалів з журналістики рішень, виокремлення методів та способів для промоції таких журналістських продуктів на українському медіаринку.

Відповідно до мети дослідження передбачає виконання наступних завдань:

- 1) ознайомитися із науковими дослідженнями українських та міжнародних науковців з обраної теми;
- 2) знайти спільне та відмінне у поняттях «громадянська журналістика», «журналістика рішень», «соціальна журналістика»;
- 3) відповідно до зібраної теоретичної бази з теми розвідки проаналізувати матеріали українських ЗМК щодо наявності в них журналістських матеріалів на основі рішень;
- 4) окреслити характерні ознаки жанру журналістика рішень та розробити рекомендації для підготовки таких матеріалів для українських журналістів та профільних закладів вищої освіти, що мають кафедри й факультети журналістики.

**Методологія дослідження** базується на системному підході, який дає можливість ґрунтовніше зрозуміти особливості формування жанру журналістики рішень на українському медіаринку. У дослідженні застосовано порівняльно-історичний метод для виявлення причин виникнення жанру журналістики рішень, його ознак, тенденцій та головних закономірностей створення журналістських матеріалів. На основі виявлених історичних фактів розкрито процеси та явища, що вплинули на становлення жанру журналістики рішень в Україні. Метод аналізу і синтезу використовувався під час дослідження теоретичних аспектів концепції журналістики рішень. За допомогою методу компаративного аналізу вдалося виявити взаємозв'язок журналістики рішень із соціальною журналістикою та громадянською журналістикою. Метод моніторингу допоміг у пошуку матеріалів жанру журналістики рішень в українських ЗМК, що далі дозволило за допомогою

методу контент-аналізу, з'ясувати чи відповідають матеріали на основі рішень теоретичним закладам жанру журналістики рішень.

**Результати дослідження.** Журналістика, яка не висвітлює відповіді на соціальні проблеми, дає неточне та упереджене уявлення про реальність. Особливо це стало відчутно, коли традиційні ЗМК почали переформатуватися в кросмедійні ЗМК та люди перейшли до споживання новинного контенту не лише через сайт, радіо чи газету, а й через соціальні мережі та месенджери. Більш доступні та оперативні майданчики для споживання новин дозволяють читачам та глядачам оперативно дізнаватися важливу інформацію та контролювати безперервний потік повідомлень. Однак тоді постає питання у якості ресурсів, відфільтрованих читачем самостійно. Для того, щоб відібрати якісні медіа читач повинен мати достатній для цього рівень обізнаності про «білий» список ЗМК та вміти перевіряти те чи інше інформаційне повідомлення.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та перенасичення інформаційного поля дали поштовх до створення такого жанру журналістики, як журналістика рішень.

Також споживачам новин на сучасному етапі розвитку недостатньо бути поінформованими, їм слід запропонувати модель розв'язання проблеми, дати кейс, що спрацював у схожому випадку. Через свободу слова, доступність до різних баз даних та реєстрів, можливість тут і зараз перевірити будь-яку інформацію, кожен має потенціал впливати на суспільно-важливі процеси, зокрема, з метою використання місцевого бюджету, виконання депутатами обіцянок перед виборцями, декларування доходів державними посадовцями тощо.

Так у Reuters Institute for the Study of Journalism прогнозували, що журналістика рішень стане одним із дев'яти трендів журналістики у 2022 році [8]. При чому не лише через необхідність шукати нові підходи до висвітлення актуальної інформації та збільшення рівня довіри серед читачів, а й через прибутковість.

Журналістику рішень можна виокремити як сталу концепцію, формуванню якої сприяло три фактори. Перший – це зростання кількості організацій та бізнес-структур, які вбачають своєю місією покращення світу на локальному

або глобальному рівні. Друге – диджиталізація та її наслідки, зокрема, постійне збільшення кількості інформації та негативних новин в інфопросторі, від яких формується емоційне безсилля. Третє – бажання журналістів висвітлювати позитивні соціальні зміни та охоплювати більше читачів.

Попри те, що в науковому середовищі часто уподібнюють поняття «громадянська журналістика» та «журналістика рішень», вони не є тотожними. Громадянська журналістика визначається переважно як діяльність представників широкої громадськості стосовно збору, аналізу новин та інформації, а також її розповсюдження через цифрові технології та платформи соціальних мереж. Переважно це платформи «Ютуб», «Тікток», «Телеграм» [5].

Згідно з цією концепцією громадяни зазвичай обходять традиційні новинні організації та самі повідомляють новину своєї спільноти за допомогою цифрових технологій і публікацій у соціальних мережах. У книзі «Майбутнє вже тут, але чи бачать це медіакомпанії?» Ш. Боуман і К. Вілліс описали громадянську журналістику як «діяльність громадянина або групи громадян, які відіграють активну роль у процесі збору, звітування, аналізу та поширення новин та інформації».

Критика полягає в тому, що громадянські журналісти створюють новинний контент, хоча більшість із них не має професійної журналістської підготовки. Відтак неодноразово можна було спостерігати порушення етичних норм та журналістських стандартів громадянськими «журналістами». Особливо під час війни в Україні через публікацію наслідків прильотів ворожих ракет чи розміщення місць критичної інфраструктури.

Люди, які живуть і працюють у громадах, глибше розуміють ситуації та події, ніж більшість журналістів. Водночас громадянська журналістика змінила те, як люди сприймають журналістів загалом. Такі тенденції вказують на потребу міркувати про те, чому з'являються всі ці нові типи журналістики.

Журналістика рішень базується не на експертності, а на людському досвіді. Однак з огляду на те, що матеріали на основі рішень мають обов'язково містити конструктив, можна вважати її частиною напряму конструктивної журналістики.

Українська дослідниця О. Гондюл у статті «Соціальна відповідальність медіа як ефективний результат журналістики рішень» окреслює особливості напряму за допомогою фрази «Tell the WHOLE story», що означає «Розкажи цілісну історію» [1].

Ключовим словом є «WHOLE», яке слугує аббревіатурою до розшифрування ключових питань, на які має відповідати журналістика рішень:

- літера «W» вказує на проблему, до якої необхідно шукати рішення (What response does it address?);
- літера «H» розкриває сутність питання того, як працює вказане рішення та що потрібно зробити для того, щоб воно не зайшло в глухий кут (How it works the «howdunnit»?);
- літера «O» позначає необхідність в описовому характері вже наявних кейсів рішень (Offers insight);
- літера «L» означає обмеження й перешкоди, які трапляються на шляху під час реалізації того чи іншого рішення й важливість їхнього врахування під час створення матеріалу (Includes limitation);
- літера «E» слугує орієнтиром у тому, що потрібно надати справжні докази позитивного впливу кейсу рішення на проблему, а не просто позитивну описову оцінку (Most important, provides evidence of impact).

У статті «Елементи конструктивної журналістики: характеристики, практичне застосування та оцінка аудиторії» К. Гілденстед пояснила, що конструктивна журналістика «використовує орієнтовану на громадськість перспективу та прагне висвітлювати поточні події та новини, додаючи перспективи, орієнтовані на рішення, дії та майбутнє». Це підхід, за якого журналісти повідомляють як про рішення, так і про публічні дії, які громадськість може вжити для розв'язання проблеми.

Конструктивна журналістика прагне залучити аудиторію до суспільного життя, пишучи розповіді, зосереджуючись на тому, яку роль кожен член спільноти може відіграти у вирішенні суспільних кривд.

Подібно до журналістики рішень, метою конструктивної журналістики було спонукати журналістів переглянути свою схильність зосереджуватися на негативі та конфлікті. Натомість



мість підштовхнула медійників до позитивної психології як теоретичної основи конструктивної журналістики. Цей напрям з'явився в Україні згодом після окупації частини Донецької та Луганської областей росіянами в 2014 році. Редакторам місцевим ЗМК такий підхід дозволив ефективніше об'єднати місцеві громади та зменшити поляризацію в суспільстві через негативні новини.

Конструктивна журналістика може трактуватися як напрям і як підхід до висвітлення інформації із залученням експертів. Журналістика рішень натомість спирається на людський досвід. Водночас матеріали на основі рішень мають обов'язково ґрунтуватися на конструктиві.

Журналістика рішень може вважатися однією зі складових соціальної журналістики, тому що її героями є пересічні люди. У межах соціальної журналістики матеріали на основі рішень не просто дають уявлення про проблему, а й пропонують варіанти для покращення ситуації. Предметом соціальної журналістики є простір людини у всьому різноманітті його відносин: з іншими людьми, соціальними інститутами, самим собою. Розуміння «соціального» досить широке: воно не зводиться виключно до проблем соціально незахищених верств суспільства, але все ж обмежується темою відносин. До фокуса соціальної журналістики також можна віднести інформацію про стан усього суспільства або його окремих груп (національних, вікових, професійних тощо), взаємодію різних спільнот людей, зміни в цих взаємодіях, а також окрему особу та її проблеми.

Для того, щоб створити матеріал у жанрі журналістики рішень, необхідно дотримуватися рекомендацій щодо вибору теми та перевірки матеріалу на дотримання структурних елементів жанру. Допомогти знайти тему можуть дослідження, статистика, наукові статті та великі набори даних.

Обрана тема відповідає вимогам жанру журналістики рішень якщо:

- проблему, яку планується досліджувати, дійсно потрібно вирішити, бо вона важлива для суспільства. Проблема має бути реальною, а не надуманою та хвилювати суспільство в цілому або окремі групи людей (наприклад, громадська безпека, поводження з відходами,

масовий спорт, дозвілля підлітків, відновлення, потреби вразливих груп населення тощо).

- Хтось вже намагався розв'язати проблему, і вже є приклад вдалого рішення. Якщо рішення ще не знайшли, то це – аналітичний жанр, який фокусується на описі проблеми та її можливих наслідках. Це пояснює чому прогнози вчених на основі аналізу статистичних даних за минулі роки не є рішенням, яке можна пропонувати в межах жанру.
- Рішення, яке пропонується, ефективне, що доведено на практиці. Тут мова йде як про вже завершену справу, так і про ініціативу, яка ще у процесі реалізації. Важливо, щоб була можливість навести конкретні цифри / приклади, які підтверджують ефективність ідеї. Наприклад, у розповіді про громадську організацію, яка допомагає містянам сортувати сміття, варто вказати дані про обсяг забруднення, якого вдалось уникнути.
- Пропонується інноваційне рішення. Ідея, яка описується, не має бути очевидною. Вона повинна бути новою для аудиторії. Журналістика рішень не пояснює очевидні речі. Наприклад, що помірні фізичні навантаження корисні для здоров'я, а профілактика захворювань дозволяє знизити кількість потенційно хворих.
- Інші можуть повторити рішення, яке описується. Тобто, всі кроки для втілення рішення в життя мають бути зрозумілі й доступні для тих, хто хотів би зробити так само. Рішення, які «можуть спрацювати, а можуть ні» краще не наводити. Наприклад, розповідаючи про ініціативу, що займається реабілітацією ветеранів, потрібно покроково пояснити, як саме її створили та за які кошти вона функціонує.

Журналістський матеріал належатиме до жанру журналістики рішень, якщо:

- у ньому присутній короткий опис проблеми та обґрунтовано потребу в нагальності її вирішення. Наприклад, розповідаючи про безробіття, варто навести цифри, які ілюструють масштаб проблеми. Проте варто уникати надто детального опису проблеми. Вона має бути лише інформаційним приводом, а не основою, інакше матеріал перейде в жанр замітки або аналітичної статті / сюжету.

- У тексті є опис як вдалих, так і невдалих попередніх спроб розв'язати цю проблему. Але не слід досліджувати причини проблеми, бо матеріал перейде в жанр розслідувань.
- Зроблено акцент на конкретних результатах та підтверджується інноваційність рішення. Мета – розповісти не про те, хто це зробив, а про те, як це вдалося реалізувати.
- Матеріал містить коментарі авторів рішення. Слід брати інтерв'ю в авторів рішення на початку роботи над текстом. Доречно дізнатися, як рішення вдалося реалізувати, як воно працює зараз, які результати вже є, як вони вимірюються та яким чином рішення можна повторити. Журналіст може розпитати в авторів про пошук фінансування, збір команди однодумців, причини успіху та виклики, з якими вони зіштовхнулися. В матеріалі потрібно уникати героїзації імплементаторів рішення.
- У тексті є коментарі незалежних експертів та людей, на яких розраховане рішення. Дізналися експертну думку щодо переваг та недоліків рішення, а також можливі ризики. У матеріалі є відгуки людей, для яких воно створене.
- У тексті вказано алгоритм дій, який інші можуть повторити. Це означає, що додано подробиці, які допоможуть реалізувати рішення.
- Читач попереджений про можливі недоліки та ризики запропонованого підходу. Наприклад, розповідаючи про видобуток цирконію як про розв'язання проблем депресивного регіону, потрібно проаналізувати переваги та недоліки / ризики цього виду промислової діяльності. Якщо матеріал не містить такого всебічного аналізу, а згадує лише досягнення героїв чи

організацій – це історія успіху, яку не всі зможуть повторити, адже не знатимуть умов чи обставин, за яких те чи інше рішення може не спрацювати.

**Висновки та перспективи досліджень.** У текстах жанру журналістики рішень розповідь має зосереджуватися на описі розв'язання певної проблеми, містити інформацію, що веде читача до розуміння того, як влаштований світ, і як зробити так, щоб він працював краще. Матеріал на основі рішень базується на доказах, які демонструють його ефективність. Окрім того, журналіст має відкрито й неупереджено говорити про те, чому, на його думку, ця історія варта уваги.

Жодне рішення не є ідеальним чи універсальним, тому журналістика рішень має повідомляти про це. Важливо висвітлювати не лише успішні результати, але й помилки та обмеження.

Журналістика рішень – це не промоція чи PR-матеріал про компанії. Подібні до журналістики рішень історії часто можна побачити в розділах видань про технології та інновації. Вони описують нові гаджети як такі, що рятують життя. Але це не є текстом про розв'язання проблеми. Це ж стосується матеріалів, які розповідають глядачеві, що у світі є добрі люди, які роблять хороші речі. Проте ці тексти не зосереджують увагу на проблемах.

Подальші дослідження з теми можуть стосуватися детального вивчення жанру журналістики рішень на регіональному рівні в Україні, виокремлення класифікації всередині жанру, зокрема, форм матеріалів. Окремо слід звернути увагу на формати репрезентації творів журналістики рішень на різних платформах та їх візуальну складову.

### Список використаної літератури

1. Гондюл О. Соціальна відповідальність медіа як ефективний результат журналістики рішень. *Інтегровані комунікації*. 2020. № 8. С. 14–24.
2. Гресько О. В. Роль і місце громадянської журналістики у процесі створення новин. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. № 2 (22). С. 76–80.
3. Лаврик О. В. Основи журналістики : навч. посіб. Харків : Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, організац.-вид. від. НМЦ, 2008. 74 с.
4. Лобанок Д. В. Журналістика рішень у соціокомунікативному просторі українських медіа: добірка матеріалів. 2021. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86931> (дата звернення: 03.02.2024).
5. Панькевич О. Журналістика рішень як новий напрям українських медіа. Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності : теорії та інновації. VI *Міжнародна науково-практична конференція* : 36. матеріалів, м. Одеса, 19 берез. 2020 р. Одеса, 2020. С. 435.
6. Харченко О. Громадянська журналістика в Україні та глобалізаційні медіапроцеси в період російсько-української війни. *Інтегровані комунікації*. 2023. Вип. 2 (16). С. 63–66. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.167>
7. Bass T. The Evolution of Solutions Journalism. *Medium*. URL: <https://medium.com/solutionsjournalism/the-evolution-of-solutions-journalism-f7a917eba5df> (дата звернення: 03.02.2024).

8. Bro P. Constructive Journalism : book. London : Routledge, 2023. 96 p.
9. Midberry J., Dahmen N. S. Visual Solutions Journalism: A Theoretical Framework. *Journalism Practice*. 2019. Vol. 14, no. 10. P. 1159–1178. URL: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1689371> (accessed: 03.02.2024).
10. Newman N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022. DIGITAL NEWS PROJECT. Jan 2022. URL:<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-01/Newman%20-%20Trends%20and%20Predictions%202022%20FINAL.pdf> (accessed: 23.02.2024)
11. What is Solutions Journalism? *Solutions Journalism Network*. URL: <https://www.solutionsjournalism.org/> (accessed: 01.03.2024).
12. Venn D. The Power of Solutions Journalism (and Some History). *The Tyee*. 3 Mar 2020. URL: <https://thetyee.ca/Culture/2020/03/03/Solutions-Journalism-Reports-On-How-To-Fix-Societal-Problems/> (accessed: 15.03.2024).

## References

1. Hondiul, O. (2019). Social responsibility of the media as an effective result of solutions journalism. *Integrated communications*, Vol. 8 (2), pp. 14-24. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.2.2>
2. Gresko, O. (2015). The role and the Place of Citizen Journalism in the Process of Creating News. *State and Regions. Series: Social Communications*, Vol.2, pp. 76-80.
3. Lavryk, O. V. (2008). *Fundamentals of Journalism*. V. N. Karazin Kharkiv National University.
4. Lobanok, D. V. (2021). The Journalism Decisions in the Social and Communal Space of Ukrainian Media: Selection of Materials: A master's thesis. SumDU.
5. Pankevych, O. (2020, 03 19-20). *Solutions journalism as a new trend in the Ukrainian media*. Topical issues of records management and information activities: theories and innovation, Odesa, Ukraine.
6. Kharchenko, O. (2023). Citizen Journalism in Ukraine and Globalization Media Processes During the Russian-Ukrainian War. *Integrated communications*, 16 (2), 63–66. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.167>
7. Bass, T. (2019). The Evolution of Solutions Journalism. *Medium*. Available at: <https://medium.com/solution-journalism/the-evolution-of-solutions-journalism-f7a917eba5df> (accessed 03.10.2024).
8. Bro, P. (2023). *Constructive Journalism* (1st ed.). Taylor & Francis.
9. Midberry, J., & Dahmen, N. S. (2020). Visual Solutions Journalism: A Theoretical Framework. *Journalism Practice*, 14(10), pp. 1159–1178. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1689371>
10. Newman, N. (2022). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions*. The Reuters Institute for the Study of Journalism. Available at: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-01/Newman%20man%20-%20Trends%20and%20Predictions%202022%20FINAL.pdf> (accessed 03.10.2024).
11. What is Solutions Journalism? (2022). *Solution Journalism Network*. Available at: <https://www.solutionsjournalism.org/> (accessed 03.01.2024).
12. Venn, D. (2020). The Power of Solutions Journalism (and Some History). *The Tyee*. Available at: <https://thetyee.ca/Culture/2020/03/03/Solutions-Journalism-Reports-On-How-To-Fix-Societal-Problems/> (accessed 03.15.2024).

Надіслано до редакції: 30.04.2024 р.