

**Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет управління
Кафедра журналістики**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему «Висвітлення соціальної тематики у медіа прифронтового регіону»

Виконала: студентка групи ЖР 21-2
спеціальності 061 «Журналістика»
Мощенко Ю.О.

Керівник:
д.н. з держ.упр., професор Дрешпак В.М.

Дніпро 2025

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему:

«Висвітлення соціальної тематики у медіа прифронтового регіону»

Виконавець: студентка групи ЖР21-2 Мощенко Ю.О.

Керівник: д.н. з держ.упр., професор Дрешпак В.М.

Кваліфікаційна робота: 47 с., 13 рис., 26 джерел.

Інформаційний продукт: цикл матеріалів про громадян Гуляйпільщини для газети «Голос Гуляйпілья».

Мета кваліфікаційної роботи: обґрунтувати підходи щодо висвітлення соціальної тематики у прифронтовому медіа та створити на цій основі цикл публікацій про громадян Гуляйпільщини для газети «Голос Гуляйпілья».

Актуальність і новизна інформаційного продукту: актуальність інформаційного продукту обґрунтована потребою в інформуванні громадян Гуляйпільщини із соціальних питань та підтримання зв'язків між земляками, які залишаються у прифронтовій громаді, і тими, які вимушено її покинули. Новизною інформаційного продукту є підготовка та публікація матеріалів, що висвітлюють важливі соціальні питання прифронтових громад, забезпечуючи не лише насичення інформаційного простору, а й соціальну взаємодію між громадянами.

Зміст інформаційного продукту: робота складається з 11 матеріалів, для прифронтового медіа – «Голос Гуляйпілья», що подають реальні історії громадян Гуляйпільщини в умовах війни, висвітлюючи різні сторони життя громади.

Інформаційний продукт опубліковано у газеті «Голос Гуляйпілья» (грудень 2024р. – квітень 2025 р) та на її мережевих ресурсах.

Ключові слова: журналістика, прифронтowa газета, інформаційні матеріали, документування подій, інформування громади, повномаштабне вторгнення, громадяни Гуляйпільщини.

SUMMARY

qualification work on the topic:

“Coverage of social topics in the media of the front-line region”

Author: student of the group ZHR21-2 Moshchenko Y.O.

Supervisor: Doctor of Public Administration, Professor Dreshpak V.M.

Qualification work: 47 pages, 13 figures, 26 sources.

Information product: a series of materials about the citizens of the Gulyaipillya region for the newspaper "Voice of Gulyaipillya".

The purpose of the qualification work: to substantiate approaches to covering social topics in the front-line media and create on this basis a series of publications about the citizens of the Gulyaipillya region for the newspaper "Voice of Gulyaipillya".

Relevance and novelty of the information product: the relevance of the information product is justified by the need to inform the citizens of the Gulyaipillya region on social issues and maintain ties between fellow countrymen who remain in the front-line community and those who were forced to leave it. The novelty of the information product is the preparation and publication of materials that cover important social issues of front-line communities, ensuring not only the saturation of the information space, but also social interaction between citizens.

Content of the information product: the work consists of 11 materials, for the front-line media – "Voice of Gulyaipillya", presenting real stories of citizens of the Hulyaipillya region in war conditions, highlighting various aspects of community life.

The information product was published in the newspaper "Voice of Gulyaipillya" (December 2024 - April 2025) and on its network resources.

Keywords: journalism, front-line newspaper, information materials, documenting events, informing the community, full-scale invasion, citizens of the Gulyaipillya region.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ МАТЕРІАЛІВ СОЦІАЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ ДЛЯ МЕДІА ПРИФРОНТОВИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	8
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ПУБЛІКАЦІЙ ДЛЯ ПРИФРОНТОВОГО МЕДІА «ГОЛОС ГУЛЯЙПІЛЛЯ»: ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПОШИРЕННЯ, РЕСУРСИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ.....	20
РОЗДІЛ 3. ЦИКЛ ПУБЛІКАЦІЙ НА СОЦІАЛЬНІ ТЕМИ У ГАЗЕТІ «ГОЛОС ГУЛЯЙПІЛЛЯ»: ЕТАПИ СТВОРЕННЯ, ПУБЛІКАЦІЯ, ЗВОРОТНИЙ ЗВ'ЯЗОК.....	27
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ «ЦИКЛ МАТЕРІАЛІВ ПРО ГРОМАДЯН ГУЛЯЙПІЛЬЩИНИ У ГАЗЕТІ «ГОЛОС ГУЛЯЙПІЛЛЯ».....	34
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48

ВСТУП

В умовах російсько-української війни, медіа відіграють ключову роль в інформуванні та формуванні громадської думки, особливо у прифронтових регіонах України, які потерпають від браку повної та об'єктивної інформації. Таким чином, медіа прифронтових регіонів слугують не тільки для інформування, а й для збереження національної ідентичності та підтримки місцевого населення. Надзвичайно важливе значення має висвітлення соціальної тематики – проблеми місцевих жителів, волонтерська діяльність, працевлаштування, подальше життя вимушено переміщених осіб тощо.

Медіа прифронтових регіонів опиняються в надзвичайно унікальному положенні, адже, з одного боку, вони слугують, як джерело оперативної та достовірної інформації, а з іншого, вони є голосом усієї громади, яка живе в умовах постійної небезпеки, обстрілів, не маючи світла, води та опалення, а також розкидана по світу через те, що вдома – небезпечно, або через те, що й сам дім зруйновано ворогом. У цьому контексті соціальна тематика набуває особливого значення, адже вона безпосередньо стосується якості життя людей, які знаходяться у зоні бойових дій.

Актуальність роботи зумовлена необхідністю глибшого розуміння ролі прифронтових медіа у висвітленні соціальних проблем в умовах війни та потребою в інформуванні громадян прифронтового Гуляйпілля. Особливої уваги потребує вивчення адаптації прифронтових медіа до нових викликів, при цьому зберігаючи редакційну етику, професіоналізм і довіру аудиторії. Також актуальним є підтримання зв'язків між земляками, які залишаються у прифронтовій громаді, і тими, які вимушено її покинули.

Ця тема також актуальна і для наукових досліджень. Питання особливостей творчої діяльності місцевих медіа, зокрема в умовах повномасштабного вторгнення російських військ в Україну, уже розглядали такі дослідники, як:

М. Василенко [2], Н. Виговська [3], Є. Гончаренко [8], О. Гоцур [9], В. Дрешпак [10, 11, 12], В. Жугай [13], І. Паславський [21], Н. Стеблина [23], М. Чабаненко [26], та інші. Ці наукові праці, дослідження громадських організацій стали для нас теоретичною основою для розробки концепції створеного інформаційного продукту.

Мета кваліфікаційної роботи – обґрунтувати підходи щодо висвітлення соціальної тематики у прифронтовому медіа та створити на цій основі цикл публікацій про громадян Гуляйпільщини для газети «Голос Гуляйпільля».

Для досягнення поставленої мети поставлено такі **завдання**:

- розглянути теоретичні та прикладні основи створення циклу матеріалів соціальної тематики для газети «Голос Гуляйпільля»;
- проаналізувати особливості підготовки публікацій для прифронтового медіа, а саме специфіку: цільової аудиторії, каналів поширення та ресурсів для створення матеріалів;
- розробити матеріали соціальної тематики для газети «Голос Гуляйпільля», описати етапи їх створення та підходи щодо поширення;
- репрезентувати публікації авторки на соціальну тематику, що вийшли друком у газеті «Голос Гуляйпільля», а також поширені на мережевих ресурсах видання.

Інформаційним продуктом є цикл матеріалів про громадян Гуляйпільщини для газети «Голос Гуляйпільля».

Новизна інформаційного продукту полягає у підготовці та публікації циклу матеріалів, що висвітлюють важливі соціальні питання прифронтових громад, забезпечуючи не лише насичення інформаційного простору, а й соціальну взаємодію між громадянами. Ці матеріали розповідають про жителів Гуляйпільської громади та засновані на історіях мешканців Гуляйпільщини. Матеріали висвітлюють важливі соціальні аспекти життя людей, які перебувають у стані постійної небезпеки, адаптуючись до нових реалій, зберігаючи стійкість

та підтримку одне одного в умовах війни. За нашої ініціативи у виданні з'явилася нова рубрика – «Можливості». Створені матеріали поєднують у собі, як і класичні журналістські жанри з елементами сторітелінгу, так і елементи сучасної журналістики, спрямованої на формування емпатії та підтримку морального духу громади – журналістики рішень. Інформаційний продукт є актуальним, адже «Голос Гуляйпільля» – це місцеве релоковане до більш безпечного місця медіа, що продовжує працювати, зберігаючи зв'язок із читачем і адаптуючись до нових платформ для подання матеріалів.

Практичне значення інформаційного продукту полягає в інформуванні мешканців прифронтового регіону про життя земляків, фіксуванні історій мешканців Гуляйпільщини в умовах війни, висвітленні соціальних викликів, досвіду виживання, адаптації та взаємопідтримки. Таким чином, матеріали цього циклу надають слово громаді, яка часто залишається поза фокусом національних медіа, через публікацію персоналізованих історій, що мають, разом з тим, глибоку соціальну значущість.

Окремі результати дослідження за темою кваліфікаційної роботи також були представлені у тезах доповіді «Українські локальні прифронтові медіа: проблеми діяльності та актуальна воєнна тематика» на Міжнародній науково-практичній конференції «Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: Молодіжний погляд» (Дніпро, УМСФ, 8 листопада 2024 року) [16].

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ МАТЕРІАЛІВ СОЦІАЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ ДЛЯ МЕДІА ПРИФРОНТОВИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Прифронтові регіони України, де війна стає реальною частиною життя, потребують правдивої та оперативної інформації. Таким чином, новини, які публікують місцеві медіа, мають значний вплив не лише на мешканців прифронтових громад, а й на загальну інформаційну картину країни [14]. Наразі прифронтові медіа займають безпосередньо важливе місце у медіа просторі, адже вони слугують для інформування та поширення інформації серед прифронтових громад, які не мають інтернету та доступу до нього.

Огляд наукових розробок за темою кваліфікаційної роботи. У сучасних дослідженнях у галузі соціальних комунікацій та споріднених з нею надзвичайно велика увага приділяється саме ролі медіа в кризових ситуаціях, функціонуванню локальних медіа під час воєнних конфліктів, а також способам висвітлення соціальної тематики.

Проблема дефіциту уваги до локального досвіду та соціальних історій у національному медіапросторі неодноразово піднімалася як українськими, так і зарубіжними дослідниками. Наразі локальні медіа відіграють критично важливу роль у функціонуванні прифронтових громад України в умовах триваючої російсько – української війни. Саме тому аналіз їх діяльності становить значущу дослідницьку проблему. Зокрема, А. Міщенко та В. Теремко зазначають, що з 2022 року інформаційний простір у межах України потерпає від значущих змін, зумовлених російсько-українською війною. Таким чином, виникають нові обмеження та методи передачі інформації. Це безпосередньо пов'язано із значним контролем інформаційних повідомлень на предмет відсутності чи наявності дезінформації. Також упродовж цих років, більшого значення набули стандарти щодо забезпечення не лише доступу до об'єктивної, актуальної,

неупередженої інформації, а й важливість оперативного інформування населення про поточні та нагальні новини, на усіх територіях України, зокрема й на прифронтових та непідконтрольних територіях [6].

Не менш важливо зазначити, що за період повномасштабного вторгнення регіональні медіа зазнали значущих фінансових викликів, а саме:

- близько 80% редакцій зазнали труднощів через послаблення або ж втрату рекламного відділу;
- 50% медіа відчують брак персоналу, але не мають змогу розширити штат;
- близько 38% потребують заміни технічного обладнання, але не мають змоги через брак фінансування;
- 17,5% редакцій відчують потребу у негайному просування своїх платформ у соціальних мережах і сайтів;
- 12,5% працівників потребують підвищення кваліфікації та навчання персоналу для поліпшення створення якісного контенту;
- 2,5% – це редакції прифронтових територій та релоковані видання, які потребують оренди приміщення, нового обладнання тощо [22].

Слід пам'ятати, що більшість прифронтових медіа, наразі є релокованими виданнями, тому майже усі фінансуються з грантових коштів в рамках іноземних проєктів. Таким чином, за результатами досліджень НСЖУ – 26% редакцій регіональних медіа майже не фінансуються, а працюють завдяки інтузіазму співробітників. Наразі тільки 18,1% редакцій прифронтових медіа, можуть самостійно фінансуватися без додаткової фінансової допомоги [17].

На прикладі редакції газети «Голос Гуляйпілья», можна підсумувати, що нині дуже вразливими є саме прифронтові медіа, адже єдиним основним та стабільним джерелом фінансування є саме грантова підтримка в рамках іноземних проєктах. З початком повномасштабного вторгнення, газета повністю

втратила рекламний розділ та розділ привітань, саме вони були додатковим джерелом прибутку.

І. Паславський у своїй роботі також зазначає, що одним із серйозних та неочікуваних викликів для медіа з початком повномасштабного вторгнення, стало різке падіння або повна втрата рекламних відділів. Рекламний відділ фактично зупинив свою активність у перші тижні повномасштабного вторгнення, що призвело до фінансової кризи в редакціях. Витрати на випуск кожного номера зростали, а доходи стрімко падали, цим самим накопичуючи борги. Друкарні вимагали повної оплати за минулі послуги та передоплати за друк нових номерів, розповсюджувачі – розрахунку за доставку, а працівники – виплати заробітної плати [21].

У своїй роботі Є. Гончаренко аналізує, як війна суттєво змінила діяльність регіональних медіа. Автор підкреслює їхню важливу роль у забезпеченні та формуванні прозорості, беззаперечній боротьбі з дезінформацією та поширенням фейків, мобілізації громадян на підтримку держави. Дослідження також окреслює основні труднощі, з якими стикаються журналісти, а саме:

- прямі загрози життю в прифронтових зонах;
- фінансові виклики через падіння рекламних відділів або брак фінансування;
- політичний тиск з боку уряду.

Попри всі виклики, регіональні медіа залишаються важливими гравцями у сфері комунікацій та у формуванні думки громадян і потребують підтримки від держави та міжнародних організацій [8].

Зміни стосувалися також редакційної політики прифронтових медіа. Із цього приводу свою думку висловила й О. Гоцур: «Війна підтвердила, що, традиційні медіа не є основним джерелом отримання інформації для населення, яке живе у воєнних умовах. Також концепція контенту змінилася кардинально, що зумовлено значним втручанням державної політики у функціонування медіа

в умовах війни. Нині перевірка інформації, раніше отриманої з традиційних чи інтернет-медіа є звичним явищем для її споживача» [9, с.49].

Контент і тематику українських медіа активно досліджують громадські організації, пропонуючи рекомендації щодо підвищення якості журналістської роботи. Наприклад, за результатами медіа-моніторингу Інституту демократії імені Пилипа Орлика (ІДПО), у перші місяці війни більшість контенту саме локальних медіа України стосувалася воєнних дій та внутрішньо переміщених осіб, але згодом ця тематика почала поступатися іншим питанням, таким як, життя місцевих громад і кримінальні новини. Вже до літа частка воєнних матеріалів у онлайн-виданнях зменшилася до 23,7%, а у друкованих – до 14,8% [23]. Такий підхід в умовах війни, що триває, не можна вважати правильним.

За нових умов змінюються усталені підходи щодо добору жанрів журналістських творів. Як зазначає М. Василенко, до жанрів художньо-публіцистичних матеріалів, можна віднести й воєнні щоденники, адже в них поєднано документальні факти, осмислені та реальні історії. Таким чином, за експресією такі щоденники наближаються до серій воєнних репортажів [2]. Також не менш важливо пам'ятати, що жанрова модель газети формується під впливом багатьох факторів. На думку О. Голіка, саме на жанрову палітру впливає низка чинників, а саме політична система країни, інтенсивність та динамічність, також не менш важливими є ринкові умови існування преси. Варто не забувати й за такі чинники, як розвиток зарубіжних медіа, Інтернету, професійну підготовку та майстерність журналістів [7, с. 11].

Пріоритети також різняться між регіонами. Наприклад, у Львівській та Дніпропетровській областях, кількість матеріалів про війну залишається досить високою та займає 17 – 18% від усіх публікацій, тоді як на Одещині цей показник значно нижчий (6%). Регіональні видання також часто звертаються до тем героїзму місцевих мешканців, які знаходяться в зоні бойових дій, а саме впливу війни на економіку і сільське господарство, публікують некрологи про загиблих

героїв. Крім того, військова цензура і вплив державних структур на контент теж мають місце, що обмежує можливість журналістів самостійно обирати теми для висвітлення [23].

Упродовж воєнного періоду тематична палітра локальних медіа постійно змінювалася. Так, за результатами моніторингу ІДПО у серпні 2024 року, серед популярних тем друкованих медіа життя місцевої громади представлене у 13,8% публікацій, а війна – 12,3%. На сайтах на першому місці – війна (23,7%), далі йдуть кримінал (17,4%) та життя цивільного населення під час війни, біженці та ВПО (13,5%) [15].

Узагальнюючи висновки експертів ІДПО, воєнна тематика більш притаманна локальним медіа саме прифронтових регіонів, оскільки вона справді є частиною щоденного життя місцевих громад. До половини таких повідомлень – інформація з офіційних джерел (щоденні зведення, рекомендації з соціальних та інших питань). Це дозволяє людям, які знаходяться в постійному напруженні, більш широко розуміти суть подій і мати оперативну інформацію. Орієнтовно чверть повідомлень воєнної тематики висвітлює роботу рятувальників та правоохоронців, залучених комунальних служб, які разом працюють для допомоги потерпілим, документують злочини окупантів, працюють над відновленням інфраструктури. Також ці повідомлення стосуються різних гуманітарних програм: допомога постраждалим, переселенцям, евакуація до більш безпечних районів. До 30% повідомлень – це розповіді про героїзм земляків, які захищають Україну на фронті, чи загинули в бою, героїчні вчинки цивільних фахівців, самовіддану роботу волонтерів.

М. Чабаненко у своїй роботі доводить, що великий вплив воєнної тематики в медіа, суттєво вплинуло на емоційне сприйняття новин українцями – інформація часто викликала сильні почуття й тривожні переживання. Водночас більшість споживачів продемонстрували здатність до раціонального осмислення та сприйняття новинного потоку з воєнної тематики. Загальне ставлення

громадян до медіа та інформаційного простору залишається позитивним, що свідчить про збереження оптимізму й довіри в суспільстві [26].

Таким чином, контент прифронтових медіа – це не лише інформаційне наповнення, а й частина великої соціальної та гуманітарної місії, спрямованої на підтримку громад та збереження єдності навіть у найскладніших умовах.

На думку, В. Жугай існує кілька важливих тенденцій щодо зміни інформаційного простору у період повномасштабного вторгнення, а саме:

- війна ніби об'єднала українське суспільство;
- усі матеріали, які стосуються воєнних тем, подаються оперативно і об'єктивно;
- значне зростання поширення інформації у соціальних мережах;
- активізація інформаційної війни проти рф;
- підвищення інтересу міжнародних медіа;
- зростання якісної преси в Україні [13].

Таким чином, можна зробити висновки, що підтверджують не тільки зміни й вплив медіа, а й зростання довіри громадян до місцевих та регіональних медіа, яким вдалось адаптуватись до нових обмежень та обставин.

Варто пам'ятати й про термін «Новинні пустелі» – це місця, де через відсутність преси, здоровий розвиток демократичної системи опинився під загрозою. Адже прифронтові та окуповані території мають свої особливості в отриманні інформації. Такі видання, наголошують на тому, що обслуговують потреби населення певних регіонів та виконують місію оперативного інформування населення, яке залишилося в таких зонах і тих, хто перебуває в інших областях та країнах [18].

Прифронтові медіа – це безпосередньо релоковані медіа, які функціонують в найближчих районах до лінії фронту. В умовах, які ми почали відчувати ще з 2014 року та особливо з початком повномасштабного вторгнення, медіа набули особливого значення. Такого роду медіа оперативно інформують населення про

загальні події. Таким чином, можемо виокремити основні характеристики профронтних медіа:

- охоплення міст, громад та районів, у яких події відбуваються досить швидко та потребують оперативного інформування;
- формування оперативних новини на основі Telegram-каналів, прямих включень від місцевої влади, військових та волонтерів;
- робота в небезпечних зонах, під обстрілами та із загрозою життю;
- перехід до використання мобільних форматів, а саме соціальних мереж, меседжерів та коротких інформаційних відео, через брак ресурсів та ризиків у прифронтних містах.

Обґрунтування актуальності створення інформаційного продукту. З урахуванням актуальності роботи, описаної у вступі, у своїх матеріалах, ми намагались показати людям, що життя триває, що варто рухатись далі.

Створюючи історії про населення прифронтних громад, цим самим показуючи картину їхнього життя, розповіді людей про пережите становлять цілісне полотно їх майбутнього. У матеріалах висвітлено життя звичайних громадян, історії життя, які безпосередньо пов'язані з війною: відновлення та перенесення бізнесу з Гуляйполя, щемні історії кохання, маленькі перемоги та великі здобутки.

Через війну у прифронтному Гуляйполі значно змінилося життя людей – зруйновані домівки, порушене економічне становище, адже усі бізнеси зруйновані та перенесені, багато хто втратив роботу та був змушений виїхати. Наразі у прифронтному місті проживає близько 1000 людей. На цьому тлі дуже важливо збирати, архівувати та показувати історії простих людей. Це допомагає не тільки розповісти про реальне життя на прифронтній території, а й підтримати місцевих мешканців та зберегти їхню ідентичну цінність.

Важливо зазначити, що редакція газети «Голос Гуляйпільля» є релокованим виданням і наразі переживає важкі часи. Так зазначає і директорка редакції

Тетяна Велика: «За три роки повномасштабного вторгнення наша редакція не отримала жодної копійки допомоги від держави. У мене щоденно робота починається з пошуку грантів, аби отримати фінансову допомогу, щоб наша редакція трималася й надалі. Я просто не маю морального права припинити роботу, бо ми прифронтове медіа. Ми – єдине офіційне джерело інформації на прифронтовій території. До повномасштабного вторгнення наша редакція могла самостійно заробляти кошти, адже був відділ реклами. Але ж нині зовсім інша ситуація, яку ще погіршила зупинка фінансування американських проєктів» [25].

У період російсько-української війни запорізькі та прифронтові медіа не лише вижили, а й змогли зміцнити свою місію служіння та довіри з боку суспільства. Саме через фіксацію воєнних злочинів, розповіді про реальні історії людей і дотримання високих професійних стандартів, журналісти регіону активно сприяють правдивому розвитку інформаційного простору. Їхня робота допомагає зберігати правду, підтримувати громадянську активність і об'єднувати суспільство в умовах війни [3].

В умовах сьогодення, розвиток медіа ринку регіональних та місцевих засобів масової інформації відіграє важливу роль у забезпеченні доступу громадян до актуальної та безпосередньо значущої інформації. Так, у своїй книзі Ф. Вольфф зазначає: «Газети, особливо якщо це регіональні та місцеві, якомога більше намагаються за допомогою збільшення обсягу місцевої і регіональної інформації сильніше прив'язати до себе своїх читачів. Розширюють відповідні рубрики. Читачі повинні побачити в газеті себе і своє оточення. Сюди входить, звичайно ж, і інформація про події в цьому оточенні. Ця інформація становить особистий інтерес. Вона стає новиною» [5, с. 20].

Якщо дотримуватися вище зазначеного твердження, то таким чином основою для написання добірки про мешканців прифронтової громади є те, що усі матеріали створюються з реальних історій мешканців Гуляйпілья, саме це робить ці матеріали унікальними, саме завдяки поєднанню з сучасними

журналістськими підходами та безпосередньою адаптацією до умов воєнного часу, цим самим створюючи актуальний і цікавий контент для читачів. Важливим етапом є пошук теми для матеріалів та спікерів, які розкажуть свою історію.

Згідно з результатами моніторингу, проведеного Інститутом масової інформації, в українських онлайн-медіа дедалі більше домінують саме теми національних новин – їх частка сягнула 57%, тоді як місцева тематика відходить на другий план. Це пов'язано як із активізацією подій на фронті, так і з глобальними політичними процесами в цілому. Водночас локальні та соціальні питання залишаються недостатньо висвітленими, що вказує на необхідність посилення регіональної журналістики [1].

Завдяки поєднанню різних форматів – репортажів з міста Гуляйполе, інтерв'ю, документальних матеріалів та безпосередньо аналітичних публікацій – газета висвітлює найважливіші події області, інформуючи населення прифронтових громад. Також не менш важливим є залучення громадськості до опитувань, коментарів та самих історій від місцевих жителів, таким чином це дає змогу оперативно реагувати на нагальні питання та інформувати населення, формувати об'єктивне бачення та підвищувати рівень взаємодії з аудиторією.

Окрім висвітлення нагальних подій, медіа активно висвітлює культурне та соціальне життя громади. Це дозволяє підтримувати дух мешканців прифронтового району та сприяє збереженню історичної пам'яті, що відбувалися у Гуляйполі. Наприклад, газета періодично публікує матеріали у порівнянні з довоєнними часами, про історичний музей, дитячі садочки та масові заходи. Таке бачення ситуації відповідає рекомендації В. Дрешпака, який зазначає, що вивчення жанрових моделей саме місцевих газет, дозволяє подолати проблеми щодо новітніх підходів до технології творчої роботи, подання інформації, способів оформлення думки, яку прагнуть донести до цільової аудиторії, власне з можливостями і загальними потребами читачів, а також ключовими функціями медіа [10].

Опис загальної концепції інформаційного продукту. У прифронтовому Гуляйполі Запорізької області, функцію інформування населення виконує газета «Голос Гуляйпілья». Унікальність цієї газети полягає у тому, що це єдине медіа, яке охоплює інформування трьох громад – Гуляйпільської, Воздвижівської та Малинівської, що знаходяться у прифронтових районах України. Газета «Голос Гуляйпілья» була заснована у жовтні 1930 року. Це – унікальне друковане видання зі своєю давньою 94-річною історією. ТОВ «Редакція газети «Голос Гуляйпілья»» наразі релоковане з міста Гуляйполе до міста Запоріжжя. Окрім друкованого видання, редакція має сайт – «Гуляйполе City», а також власні платформи у соціальних мережах – Facebook сторінку та Telegram-канал з однойменною назвою.

Концепція інформаційного продукту для прифронтового медіа – «Голос Гуляйпілья» передбачає створення оперативного, динамічного та змістовного матеріалу. Такий матеріал буде завжди цікавим, актуальним та корисним для аудиторії, як і прифронтового регіону, так і області. Адже редакція газети, наразі релоковане видання, та переміщене до м. Запоріжжя, тому завжди є ризик, що видання опиниться в руках читача з певним запізненням. Інформаційним продуктом є добірка публікацій соціального спрямування про громадян Гуляйпілья для газети «Голос Гуляйпілья».

Добірка представлена, як у друкованому форматі, так і на сайті медіа. Робота над інформаційним продуктом зайняла близько 5 місяців. За цей час було створено 11 матеріалів соціальної тематики, а саме історій мешканців Гуляйпільщини. Створені матеріали друкувались у газеті двічі на місяць та з періодичністю трансливались на сайті. Анонси матеріалів з'являлися на сторінках медіа у соціальних мережах.

У такий спосіб наша концепція максимально адаптована до актуальної ситуації, в якій перебуває читацька аудиторія видання. Так, В. Дрешпак зазначає, що ключовим завданням медіаменеджера є постійне вивчення потреб аудиторії,

що дає змогу своєчасно коригувати роботу у редакції, підлаштовуватись під потреби та інтереси споживача. Якщо спостерігаються значні зміни у вподобаннях споживачів, необхідно негайно ініціювати зміни в діяльності самого медіа задля адаптації до нових умов, або для зміцнення власних позицій. Після початку російсько-української війни, український медіаринок, особливо на сході та півдні країни, зазнав серйозних змін, а саме:

- аудиторія місцевих медіа скоротилася;
- зникли традиційні джерела фінансування і канали поширення, що вимагає оновлення жанрово-тематичних форматів контенту відповідно до нових запитів аудиторії [12].

Зазначене дуже точно описує ситуацію й щодо газети «Голос Гуляйпілья», саме тому ми можемо вважати, що наша концепція відповідає теоретичному обґрунтуванню обраного напрямку дій за тематикою творчого проєкту.

Обґрунтування новизни інформаційного продукту. Важливо зазначити, що новизна інформаційного продукту полягає насамперед у визначенні тематики, добору життєвих історій мешканців прифронтового Гуляйполя. Це – цикл історій, розказаних звичайними людьми про їх життя зараз. У публікаціях читач може побачити, як і представників місцевої влади, так і звичайних громадян, які продовжують жити та будувати плани на майбутнє. Тих, хто залишився у громадах, у надзвичайно складних обставинах, не маючи ні води, ні світла, ні тепла, які просто не встигли виїхати або не мали куди, та тих, хто виїхав та продовжує мотивувати інших.

Також новим є наше намагання використати під час підготовки матеріалів як узвичаєні, так і нові творчі прийоми журналістської роботи. Створені матеріали поєднують у собі, як і класичні журналістські жанри з елементами сторітелінгу, так і елементи сучасної журналістики, спрямованої на формування емпатії та підтримку морального духу громади – журналістики рішень.

Таким чином, проведений теоретичний аналіз у взаємозв'язку з практичними аспектами нашого творчого проєкту дозволили сформулювати загальне уявлення про прифронтові медіа, їх роль та можливості в умовах російсько-української війни. Цим самим, виконуючи безпосередньо важливу місію – інформування та забезпечення достовірною, оперативною та актуальною інформацією населення прифронтових громад, вони сьогодні й вирізняються серед інших. Важливо зазначити, що такі медіа не лише сприяють інформуванню місцевого населення, а й працюють задля збереження згуртованості територіальних громад, підтримки морального духу, формуванню довіри між медіа та громадою. Не зважаючи на постійну небезпеку у прифронтових регіонах, нестачу ресурсів та інформаційні атаки, ці медіа демонструють стійкість, професійну відданість та гнучкість.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ПУБЛІКАЦІЙ ДЛЯ ПРИФРОНТОВОГО МЕДІА «ГОЛОС ГУЛЯЙПІЛЛЯ»: ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПОШИРЕННЯ, РЕСУРСИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ

Цільова аудиторія інформаційного продукту. Газета – це періодичне видання, яке охоплює у собі різні жанри несе у собі місію інформування читачів. Предметом публікацій для газети є актуальні, поточні події та факти, які треба як можна швидше подати аудиторії. Таким чином, вона забезпечує безперервне інформування населення про події.

Нині газети вважаються найстарішим засобом для поширення інформації, але не зважаючи на це, газета активно слугує для формування громадської думки, та як інформаційний простір для читачів. Зрозуміло, що у час інтернет-технологій, швидше та зручніше, розмістити інформацію у мережі ніж чекати на публікацію нового випуску. Але важливо сказати, що перевага друкованого видання полягає у тому, що вона створює ніби ефект присутності – її можна зберегти на пам'ять, з точною впевненістю, що вона не загубиться, потримати у руках та насолодитись запахом друкованої фарби на папері.

Аудиторією газети «Голос Гуляйпільля» є громадяни України різного віку, які цікавляться суспільно важливими подіями. Наразі тематика публікацій у газеті значно змінилася, як і життя громад та громадян з початком російсько-української війни, тому у газеті переважають розповіді про тих, хто захищає країну, про героїв, які загинули чи отримали поранення, про волонтерів, взаємодопомогу та самопожертву, про долі тих, хто залишився і переселенців, про бізнес, культуру та соціальну сферу прифронтових громад у часи війни, про вирішення нагальних проблем та про проблеми, що залишаються гострими й актуальними.

Цільова аудиторія газети «Голос Гуляйпільля» є досить широкою та різноманітною. Ось детальніший опис ключових сегментів цієї аудиторії.

1. Місцеві жителі, які залишились у прифронтовій зоні та прилеглих регіонах. Вікова група: 18 – 70 років. Інтереси: повідомлення про місцеві події, а саме про: гуманітарну допомоги, економічну ситуацію, громадські та соціальні питання. Також не менш важливими є матеріали про соціальний захист захисників нашого району та цікаві, розважальні статті, для підняття духу громадськості. Потреби: актуальність, оперативність та цікавість матеріалу.

2. Військовослужбовці та їх родини. Вікова група: 20 – 50 років. Інтереси: наразі медіа активно публікує власні історії військовослужбовців, також надає перевагу вшануванню пам'яті про полеглих захисників гуляйпільської громади. Потреби: достовірна та перевірена інформація.

3. Волонтери. Вікова група: 20 – 45 років. Інтереси: надання гуманітарної допомоги, відкриття зборів з урахуванням конкретних запитів на потреби певних громадян чи військових. Потреби: зважаючи на те, що в газеті часто публікується інформація про військових, це може слугувати як спосіб зв'язку для надання допомоги.

4. Тимчасово переміщені особи. Вікова група: 18 – 65 років. Інтереси: інформування про різні види допомоги, надання житла, оновлення інформації щодо виплат, медична допомога тощо. Потреби: актуальна, достовірна та перевірена інформація.

5. Пенсіонери. Вікова група: 60+ років. Інтереси: соціальні та культурні питання, місцеві новини, здоров'я. Потреби: медичні поради, розважальні матеріали.

Нині газета «Голос Гуляйпілья» має універсальний формат, що приваблює читачів різних поколінь, надаючи їм актуальну, достовірну та корисну інформацію. Прифронтна газета відіграє надзвичайно важливу роль у висвітленні актуальних подій, особливо в умовах повномасштабного вторгнення на прифронтових територіях. У такий спосіб, саме соціальна тематика є на загал найбільш затребуваною для усіх категорій читачів.

Канали поширення інформаційного продукту. Як зазначено вище, аудиторія газети охоплює широкий спектр читачів, серед них: місцеві жителі, які прагнуть бути в курсі подій, військові, волонтери і громадські активісти, тимчасово переміщені особи, пенсіонери, вся ця аудиторія потребує актуальної, оперативної та перевіреної інформації. Важливо зауважити, що медіа активно залучає молодь та студентів спеціальності «Журналістика», до написання та поширення своїх власних матеріалів, надаючи змогу здобувати досвід у написанні текстів та в цілому у журналістиці.

Поширення інформаційного продукту добірки публікацій про громадян Гуляйпілля здійснюється через друк газети «Голос Гуляйпілля», поширення відбувається у роздріб або через передплату Укрпошти. У прифронтовому Гуляйполі придбати газету можна у Пункті Незламності, випуски виходять два рази на місяць.

Додатково матеріали медіа публікуються на онлайн-платформі, а саме на сайті «Гуляйполе City» [19]. На веб-сайті публікуються матеріали як і з газети, так й інші поточні події та факти. Також безпосередньо для сайту створюються й окремі матеріали, адже помістити все в газету з 8-ми сторінок, не реально, а змоги для розширення кількості сторінок редакція не має. Проаналізувавши сайт «Гуляйполе City», можна зробити висновок, що найбільше аудиторію зацікавлює розділ «Новини». У цьому розділі публікуються матеріали про місто, людей, район, досвід земляків та життя області. Публікації такої тематики мають досить велику кількість переглядів (рис. 2.1).

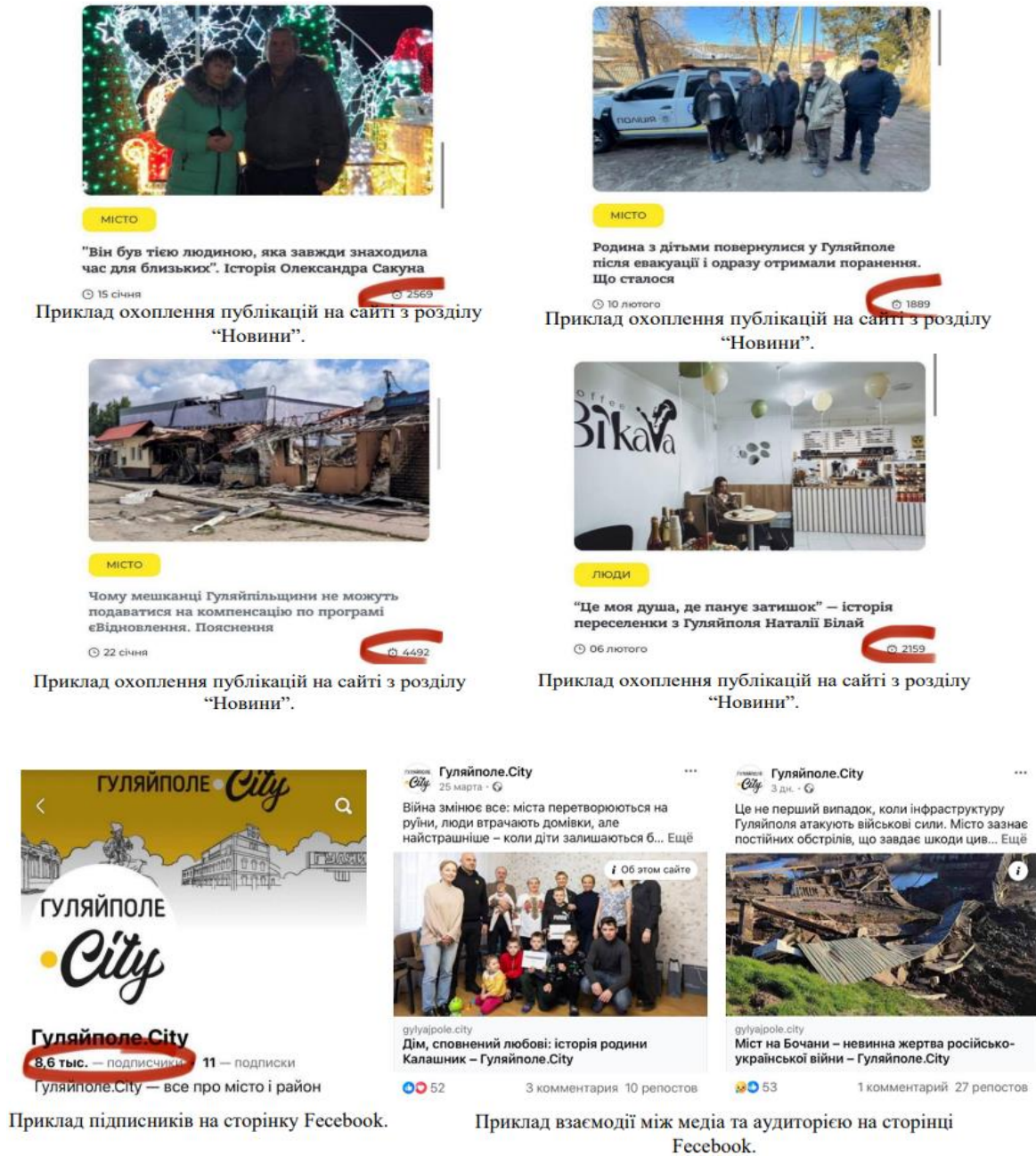
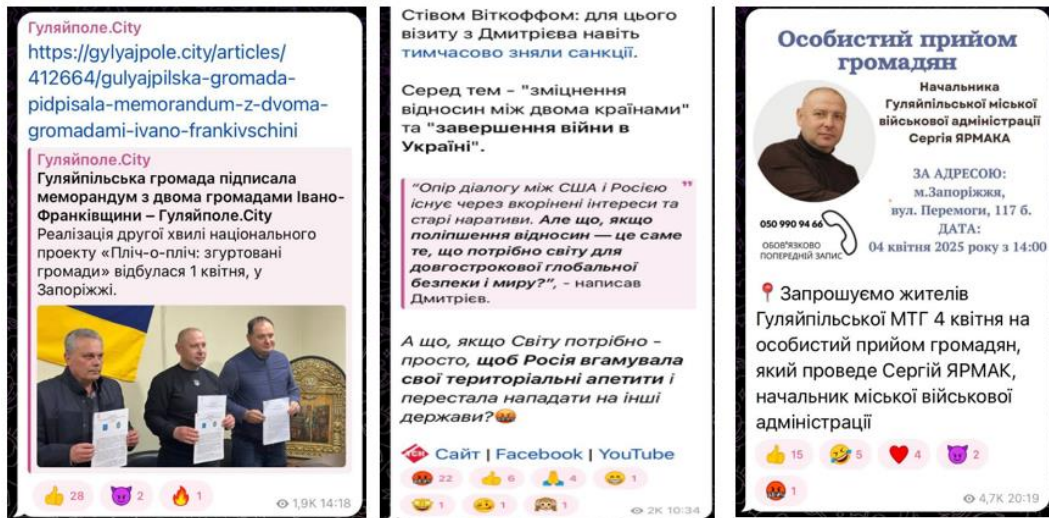


Рис. 2.1 Кількість переглядів на платформі «Гуляйполе City»

Також, не менш важливим каналом для поширення інформації видання є Telegram-канал (з назвою, як і сайт), він налічує близько – 5 267 підписників. На каналі публікуються актуальні новини Гуляйполя та області в цілому [20]. Має видання і сторінку у Facebook (з такою ж назвою, як і сайт) поширюються анонси

газети та деякі публікації з сайту [24]. На сторінці у Facebook відбувається взаємодія між читачами та безпосередньо редакцією, авторами медіа. Читачі коментують публікації, репостять та ставлять вподобайки.



Приклад взаємодії між медіа та аудиторією у телеграм-каналі.

Рис. 2.2. Взаємодія з читачами на сторінці видання у Fesebook.

Інші канали поширення використовують для урізноманітнення тем та тематичних блоків. Також за допомогою веб-сайту, Telegram-каналу та сторінці у Fesebook, можна відстежити активність читачів, їх вподобання. Завдяки кількості охоплень та переглядів, можна проаналізувати, що саме подобається читачам, що зацікавлює та підібрати рубрики, які найбільше викликають інтерес у читачів. Поширенням публікацій, газет та інформації у різні соціальні мережі займається саме ТОВ «Редакція газети «Голос Гуляйпілья»».

Варто зазначити, що ведення соціальних мереж є безпосередньо важливим у наш час, адже це значно полегшує пошук теми для матеріалів та спікерів. Завдяки цьому, ми мали змогу зв'язатись з обраними спікерами без перешкод, влаштувати відео-зустріч та отримати потрібну інформацію оперативно та від першоджерела.

Важливо, щоб інформаційний продукт слугував не тільки для інформування, а й для створення ефекту залученості до певних подій. Адже, через сторінки газети, потрібно передати читачу відчуття головного героя, його хвилювання та емоції. Таким чином, матеріал стає гармонійним, живим та наповненим.

Ресурсні витрати на створення інформаційного продукту. З початком повномасштабного вторгнення, керівники регіональних та прифронтових медіа опинилися перед серйозною фінансовою кризою. Її спричинили різкі зміни в споживанні медіаконтенту саме через міграцію аудиторії та зміну її інтересів, порушення роботи каналів розповсюдження інформації, особливо це стосується друкованих видань, руйнування інфраструктури в прифронтових регіонах та занепад рекламного ринку. Згідно з дослідженнями НСЖУ фінансова спроможність місцевих медіа дуже низька. Також опитування близько 80 редакцій показало, що значна кількість медіа мають дуже обмежені фінансові резерви. Лише 18,1% з них здатні працювати понад пів року без грантової підтримки. Найбільша частина – 41% оцінили свій ресурс на шість місяців, ще 24,1% можуть протриматися до трьох місяців. Особливо тривожить те, що 16,9% медіа мають фінансування лише на місяць, що ставить їх під загрозу швидкого закриття без додаткової допомоги [4]. У таких умовах постала нагальна потреба у впровадженні нових моделей фінансування діяльності редакцій та розробці практичних рішень для медіаменеджерів [11].

Таким чином, редакції прифронтових медіа, почали активно брати участь у грантах в межах іноземних проєктів. Зрозуміло, що не кожна редакція має змогу отримати ці кошти, адже вони обмежені.

Ресурсні витрати на створення інформаційного продукту, а саме добірки публікацій про громадян Гуляйпілля включають у себе фінансові, матеріальні та людські ресурси. Пропоную розділити їх на певні категорії:

1. Фінансові ресурси. До цієї категорії входить: оренда приміщення, платежі за воду, тепло та світло, стабільний інтернет, друк газети та її верстка. Враховуючи, що редакція наразі є релокованим медіа та повністю фінансується з грантових коштів іноземних проєктів.

2. Матеріальні ресурси. Найперше в цю категорію входить офісне обладнання, а саме: ноутбуки, комп'ютери, планшети (для забезпечення безперервної редакційної роботи), принтери та сканери (для копіювання потрібних документів та документообігу), фото-, відеокамери, диктофони та мікрофони (для зйомки репортажів у прифронтових районах), хмарні носії чи сервери. Далі канцелярія та офісне обладнання. Не менш важливим є програмне забезпечення, в цю категорію входять текстові редактори, програми для верстки та редагування, системи керування вмістом сайту, антивірусні програми. Також в наш час є потреба у використанні генераторів або сонячних панелей, портативних зарядних станцій та джерел безперебійного живлення.

3. Людські ресурси. Напевно це найважче у роботі, адже завжди є брак у штаті. Нині редакція має дуже маленький штат, всього 4 особи, серед них директор, верстальник, бухгалтер та журналіст сайту. Витрати за цією категорією передбачають заробітну плату. Спікери та запрошені гості готові розказати свої історії безкоштовно.

4. Непередбачувані витрати. Ремонт ноутбуків, комп'ютерів, принтерів та іншого обладнання.

Усі вище наведені категорії формують загальну картину ресурсних витрат для створення інформаційного продукту, а саме добірки матеріалів про жителів Гуляйпілья. Але важливо розуміти, що витрати можуть змінюватися залежно певних факторів, наприклад від тиражу, розширення штату, оренда іншого приміщення тощо. Під час роботи над нашим творчим проєктом ми використовували ресурси редакції мінімально.

РОЗДІЛ 3. ЦИКЛ ПУБЛІКАЦІЙ НА СОЦІАЛЬНІ ТЕМИ У ГАЗЕТІ «ГОЛОС ГУЛЯЙПІЛЛЯ»: ЕТАПИ СТВОРЕННЯ, ПУБЛІКАЦІЯ, ЗВОРОТНИЙ ЗВ'ЯЗОК

Етапи створення інформаційного продукту. Газета, як відомо, є періодичним виданням, що має бути структурованим та наповненим змістовно матеріалами з тематики, що цікавить його аудиторію. Кожен випуск повинен формуватися за певним редакційним планом і має містити актуальні та унікальні публікації, які безпосередньо відповідають загальній тематиці видання.

Газета складається з тематичних розділів, які постійно оновлюються, а також вносяться корективи. Завдяки цьому можна проаналізувати, що більше подобається читачам, а що менше. Адже, газета створюється для читача, тому необхідно враховувати потреби тих, хто її читає.

Саме тому наша робота над циклом матеріалів соціальної тематики почалася з узгодження наших концептуальних розробок з планами редакції. Сьогодні журналісти газети «Голос Гуляйпілья» створюють якісний контент про життя людей в містах та селах, що перебувають в безпосередній близькості до лінії фронту та щодня відчують на собі всі наслідки війни. Матеріали, створені місцевими журналістами, максимально передають реалії життя в прифронтовій зоні. Орієнтуючись на вже напрацьовані редакцією підходи ми й визначилися з основною тематикою матеріалів за темою кваліфікаційної роботи. Таким інформаційним продуктом мав стати цикл публікацій про громадян Гуляйпілья.

Наступним етапом став пошук конкретних тем, спікерів – напевно найважчий етап, адже тема повинна бути актуальною, заохочувати аудиторію до знайомства та читання випусків. Також, не одноразово відбувалося так, що тема обрана, але спікер не погоджується розповісти свою історію. У такому випадку ми або шукали іншого спікера, або намагалися знайти способи комунікації з майбутнім героєм нашої публікації згодом.

Далі відбувалася підготовка орієнтовних запитань, для того, щоб спікеру було легше зорієнтуватися. Загалом це – 10 – 15 запитань, але у ході розмови могли з'являтися й додаткові запитання.

Наступним етапом є опрацювання матеріалу. Для зручності розмову зі спікерами ми записували на диктофон (адже не з усіма спікерами є можливість зустрічі особисто), потім прослуховували та починали писати матеріал. Була продумана загальна структурна концепція та композиція матеріалів циклу, а саме:

- заголовок;
- вступна частина, яка ніби підводить до основного матеріалу;
- основна частина (розповідаємо історію спікера);
- закінчення (підсумовую або мотивую до дії);
- фотоілюстрації.

Далі готовий матеріал разом з фото від спікера, надсилався редактору. Потім відбувається верстка випуску.

На початку теми для матеріалів ми підбирали під свій інтерес – те що мені особисто було б цікаво читати. Після публікації перших матеріалів, отримала відгуки і зрозуміла, що мешканцям Гуляйпільщини теж подобаються такі теми. У результаті, було введено нову рубрику під назвою «Можливості», під якою ми писали про перенесений або відновлений бізнес та безпосередньо історії незламних гуляйпільців. Ця рубрика і надалі продовжила своє існування. У кожному матеріалі, ми намагалися підкреслити незламність та силу своїх земляків і землячок, таким чином, надати їм підтримки та стимулів на життя і їх добрі справи.

Робота над матеріалами циклу тривала у такому порядку.

1. «Випускний без суконь і фото: як війна змінила життя Катерини» (05.12.2024 р.). Першим матеріалом з добірки була історія Катерини Дейнеги з Гуляйпільщини. Наразі дівчина студентка, а в 2022 році, дівчина навчалася в 11

класі. З початком російсько-української війни життя Катерини повністю змінилося. Цей перший матеріал був для нас досить хвилюючим, адже метою було, як можна більше передати відчуття з того часу. До того ж, ми тоді лише у загальних рисах розуміли, як правильно сформулювати свою думку, як передати емоції та в цілому як викликати інтерес читача видання.

2. «Відродилися наче фенікс з попелу» (19.12.2024 р.). Наступним матеріалом з добірки була історія Олени Ткаченко. Її історія – це про втрату і надію на відновлення. Родина підприємців з Гуляйполя, були власниками магазину «Подвір'я», але після початку повномасштабного вторгнення магазин зазнав пошкоджень та згодом був повністю зруйнований. Олена зібрала сили, подала заяву на мікрогрант від держави на відновлення бізнесу та почала свою справу наново. Родина Ткаченко відновила свою справу у м. Самар. Історія демонструє стійкість, важливість родинної підтримки й віру в майбутнє навіть у надзвичайно складних умовах.

3. «Любов і війна: історія написана серцем» (16.01.2025 р.). Далі була історія кохання, яка зародилася ще у 2020 році, за філіжанкою кави. Нині Юлія Назаренко – дружина військового. Їх історія – про силу кохання, про відданість та підтримку. Насправді, це був найбільш чуттєвий та емоційний матеріал, адже під час спілкування з Юлією були й сльози, й моменти радості. Цим матеріалом ми намагалися показати, що справжнє кохання існує навіть у найважчі часи. Також хотілося показати читачам життя дружин військових, що це не тільки довга розлука, а й постійна тривога, вміння не зачепити за болючу тему.

4. «Він був, є і буде прикладом мужності, людяності й безмежної любові» (30.01.2025 р.). Найважчими, на нашу думку, матеріалами є трагічні випадки, особливо коли це стосується наших захисників. Ця історія – про полеглого Олександра Сакуна з позивним «Махно», воїна мінометного взводу 54-ї окремої механізованої бригади імені гетьмана Івана Мазепи. Цей матеріал ми створювали на основі розповідей родини Олександра. У публікації йдеться про

характер Олександра, життя, спогади родини про нього як про чоловіка та батька, родинні цінності тощо. Варто зауважити, що це – єдиний матеріал, який був створений про наших захисників, адже було багато відмов від самих військових та їх родин.

Перед початком роботи над циклом, ми ознайомились з попередніми випусками газети і дійшли висновку, що на шпальтах видання не вистачало реальних історій громадян Гуляйпільщини. Тому й вирішили, що доречними та цікавими для читачів будуть саме такі матеріали, адже вони демонструють стійкість та наполегливість наших земляків. Важливо зазначити, що попри складні обставини, спричинені початком повномасштабного вторгнення, підприємці Гуляйпільщини мали змогу перенести або відновити свою справу наново і це стало темою наступних публікацій.

5. Кав'ярня – це моя душа, де панує затишок» (30.01.2025 р.). Перший матеріал такої тематики – це історія Наталі Білай – майстрині манікюру з 15-річним досвідом, яка вирішила змінити своє професійне спрямування. Жінка відкрила затишну кав'ярню у Тернополі та опанувала нову професію. Завдяки бажанню ризикнути та спробувати щось нове, Наталя купила маленький кавовий острівець, так і розпочалася її подорож у кавовий бізнес. Тому жінка пройшла навчання власниці кав'ярні, подала заявку на грант від держави та успішно отримала його.

6. «Впевнено крокує до своєї мрії» (13.02.2025 р.). Впевнено крокувати до своєї мрії – це не лише ціль, а й мрія юного Єгора Коваленка. Хлопець почав займатися боксом ще змалечку, почав брати участь у змаганнях та отримувати нагороди. Нині 15-річний юнак у своєму арсеналі має золотий кубок, 5 золотих, 8 срібних медалей та безліч дипломів. Хлопець мріє стати майстром спорту та олімпійським чемпіоном. Створюючи цей матеріал, мені було важливо надихнути читачів, показати, що мрії здійснюються, варто лише прагнути та наполегливо працювати.

7. «Прапор Гуляйполя – на вершинах України» (13.02.2025 р.). Іноді надзвичайно важливим та значущим є маленька дрібниця, але ж з великим символом. Такий символ продемонстрував вчитель історії з Гуляйполя – Артем Скрипай. Для чоловіка подорожі завжди були мрією. Серед них була мрія піднятися в гору. Так, Артем зробив великий та славетний вчинок для пошанування мешканців Гуляйпільщини – підняв прапор Гуляйполя на вершині гори Піп Іван. Шлях був не легким та, незважаючи на труднощі, які спіткали команду, прапор все ж таки замайорів на вершині гори.

8. «Завжди вважала, що краса – це сила» (27.02.2025 р.). Наступний матеріал для добірки був створений на основі історії Маргарити Зінченко – майстрині перманентного макіяжу з 10-річним досвідом. Жінка починала свій шлях в індустрії у нашому маленькому містечку Гуляйполе. Але з початком повномасштабного вторгнення, була вимушена покинути рідне місто та переїхати до Запоріжжя та починати свою праву наново.

9. «Єлизавета Винник: від дитячих малюнків – до мистецтва на тілі» (27.02.2025 р.). Єлизавета Винник – талановита майстриня тату, яка знайшла свій поклик та захоплення просто шукаючи роботу для підробіку. З дитинства дівчина захоплювалась малюнками та на відмінно закінчила художню школу. Нині дівчина – студентка Національного університету «Запорізька політехніка» спеціальності «Дизайнер навколишнього середовища». Дівчина з легкістю опанувала цю професію, малює ескізи самостійно та наразі навчає охочих новому напрямку.

10. «Дім, сповнений любові: історія родини Калашників» (13.03.2025 р.). У наш час бути людьми з великим серцем дуже важливо. Родина Калашників з Гуляйполя після початку бойових дій у рідному місті виїхала з шістьма племінниками та опинилися у Васильківці. З часом подружжя оговталось та почали обживатися на новому місці. Якось на сеанс масажу до Оксани Калашник прийшла жінка з сілради та сказала, що двох дівчаток немає куди діти. Так, у

родини з'явилось ще більше діточок. За державною субвенцією та з фонду Олени Зеленської родині надано побутову техніку та засоби для навчання дітей.

11. «Повернення до мрії: як лікарка Юлія Войтюк відновила свою справу в Дніпрі» (10.04.2025 р.). Історія Юлії Войтюк – це про повернення та початок справи наново в іншому місті. Після роботи за кордоном вона повернулася в Україну й відкрила медичний центр «Life» у Дніпрі. Юлія з дитинства мріяла бути лікарем і, попри усі труднощі, не зрадила своєму покликанню. Її історія – приклад стійкості, любові до медицини та віри в краще майбутнє.

Поширення інформаційного продукту. Поширення створеного інформаційного продукту здійснювалося різними каналами, щоб мати змогу якомога більше охопити та зацікавити аудиторію.

1. Друк та розповсюдження газети.

Друк газети – основний спосіб розповсюдження інформації. Розповсюдження відбувається через передплату Укрпошти або у роздріб. Також у прифронтовому Гуляйполі, придбати газету можна у Пункті Незламності. Часто газету передають нашим захисникам, разом з допомогою від громади. Газета друкується 2 рази на місяць та залишається на пунктах Укрпошти, поки не вийде новий випуск. Варто зазначити, що газету можна придбати лише у Запорізькій області.

2. Соціальні мережі та веб-сайт.

Соціальні мережі: сторінка Facebook (з такою ж назвою, як і сайт) – тут публікуються анонси газет, посилання на матеріали з сайту та загалом оновлюється інформація міста. За допомогою соціальних мереж можна відслідкувати активність аудиторії та що є для населення актуальним. Також таким чином можна зацікавити якомога більшу аудиторію [24].

Telegram канал – також публікуються анонси випусків газет та в цілому поширюється актуальна інформація Запоріжжя та області [20].

На веб-сайті можна знайти будь-які публікації, як з газети, так і окремі оригінальні матеріали. На сайті щодня оновлюється інформація, можна швидко знайти розділ, який вас цікавить та почитати матеріали [19]. Таким чином, саме ці канали забезпечили максимальне поширення матеріалів циклу для цільової аудиторії.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ «ЦИКЛ МАТЕРІАЛІВ ПРО ГРОМАДЯН ГУЛЯЙПІЛЬЩИНИ У ГАЗЕТІ «ГОЛОС ГУЛЯЙПІЛЛЯ»

Добірка публікацій про громадян Гуляйпільщини для газети «Голос Гуляйпільля» – це цикл з 11 матеріалів про місцевих жителів, що виходили під рубриками: «Війна у кожного своя», «Герої Гуляйпільщини», «Разом ми сила!», іншими. Для його окремих матеріалів у виданні спеціально було впроваджено нову рубрику під назвою «Можливості». Ця рубрика і надалі продовжила своє існування.

Головною метою підготовки добірки було підняття духу та поширення історій громадян прифронтового нашого регіону, дати їм надію, переконати, що варто не здаватися, що кожен має можливості рухатися далі, які би перешкоди не з'являлися на шляху. Створюючи матеріали, ми намагалися максимально передати емоції та відчуття людини, про яку йшлося. Для нас було безпосередньо важливо, щоб читач відчув те, що відчуває герой історії.

Скан-копії кожної публікації циклу представлено нижче.

«Випускний без суконь і фото: як війна змінила життя Катерини» (05.12.2024 р.).

ГОЛОС Туляйпілья

ВІЙНА У КОЖНОГО СВОЯ

5 грудня 2024 року №24 3

Випускний без суконь і фото: як війна змінила життя Катерини

Катерина Дейнега - 19-річна студентка факультету соціальної педагогіки та психології Запорізького національного університету. Вона навчається на третьому курсі спеціальності «Логопед». Її історія - це не просто спогади про війну, а й свідчення сили духу, віри в майбутнє та здатності допомагати іншим.

Катя згадує, як випускний у 9 класі не відбувся через Ковід, а в 11 класі - через війну: «У дівчат вже були сукні, а я ще не встигла її купити, все думала, яку хочу. З вересня і до нового року ми ходили «на вальс», вже майже вивчили увесь. Ми планували випускний, навіть внесли кошти за ресторан для святкування та часто робили фотосесії, але, на жаль, не отримали жодної фотографії».

Початок повномасштабного вторгнення для дівчини був шоком, як і для кожної людини.

- Я не розуміла, що буде далі, яким буде моє життя і на скільки часу це затягнеться та навіть не думала, що це буде так тривало, думала, що скоро закінчиться, але як виявилось - ні. У мене було розуміння, що треба жити далі, навчатися. Я так і зробила, але це було набагато складніше, бо навчання - онлайн, ЗНО відмінили. Свідомість про закінчення школи ти отримуєш в іншому місці, в іншій школі, за 5 хвилин, аби швидше, - розповідає Катерина.

Дівчина після початку вторгнення 3 місяці жила разом з батьками в Гуляйполі, потім переїхала в Запоріжжя, і це був той період, коли потрібно було готуватись до іспитів, а в голові - лише одне «Як Гуляйполе?», «Як батьки?», бо вони залишилися там. І замість підготовки - лише хвилювання про найрідніших: аби з ними все було добре, щоб вони були живі та здорові. Проте переживання про батьків лише додавало Каті мотивації, і вона таки вступила до вишу, так як і мріяла.

- Я завжди хотіла бути патологоанатомом, але

після початку війни зрозуміла, що моїм покликанням стане допомога дітям, адже ця війна залишила глибокі сліди на їхній психіці та мовленні, - розповідає Катерина.

- Після всього пережитого на початку війни, мені морально було тяжко, адже за цей час сталося багато моїх особистих втрат. Але у мене була підтримка з боку військових та волонтерів. Тоді зрозуміла, що якщо ці люди не здаються, то чому повинна здаватися я. Зараз я впевнена, що треба стояти до останнього і допомагати всім, чим можеш та не можеш, - продовжує сповідь дівчина. - Ще мені давала мотивацію моя подруга, яка з'явилась вже під час війни, вона зараз боронить нашу країну. За допомогою неї я вступила в лави волонтерів. Зараз допомагаю їй бригаді, її батальйону та підрозділу. Ми успішно закрили збір на рації, зараз з донькою її побратима відкрили збір на РЕБ для машини, бо бригада втратила дуже багато машин та людей. Мені підіймає дух те, що ти можеш допомогти саме цим захисникам і захисницям, адже вони вже знають тебе добре та допомагають тобі, а ти у свою чергу допомагаєш їм нищити русю.

Війна стала для 19-річної студентки важким уроком. Вона зрозуміла, що навіть у найтяжчі часи важливо залишатися людиною. Допомога може прийти з будь-якого боку, і часто вона приходить саме тоді, коли цього не чекаєш. Катерина вірить, що зможе допомогти не тільки військовим, а й дітям, які сьогодні переживають свої найбільші труд-



Катерина Дейнега

нощі через наслідки війни.

- Гуляйполе - це наш дім, наші рідні, наше дитинство. Пам'ятаймо про нього, бо саме на наші плечі ляже найвідповідальніша місія: відбудувати все, що в нас забрали, відновити наше таке колись гарне, світле, чисте, незламне і любимо містечко, - закликає Катерина.

Юлія МОЩЕНКО, студентка Дніпропетровського університету митної справи та фінансів

Рис 1. Публікація про історію Катерини

«Відродилися наче фенікс з попелу» (19.12.2024 р.).

4 19 грудня 2024 року №25

МОЖЛИВОСТІ

ГОЛОС Гуляйпільця

ВІДРОДИЛИСЯ НАЧЕ ФЕНІКС З ПОПЕЛУ

До широкомасштабної війни магазин "Подвір'я" був невід'ємною частиною життя мешканців Гуляйполя. З моменту відкриття його у 2008 році, він спеціалізувався на продажу насіння, засобів захисту рослин та супутніх товарів. Головним завданням було забезпечити місцевих жителів якісною продукцією, адже на той час ринок насичувався підробками, а знання, зокрема, про правильне використання пестицидів були вкрай обмеженими.

"Ми стали першим спеціалізованим магазином у районі, – згадує власниця торгового закладу Олена ТКАЧЕНКО. – Люди почали якісно та безпечно використовувати пестициди. Це важливо для нашої країни, де кожен клатик землі – на вагу золота".

15 років успіху

Власники "Подвір'я" вирізнялися чесністю, порядністю та реалізацією якісної продукції. Особливу увагу приділяли навчанню персоналу, аби кожен міг не лише продати товар, а й надати професійну консультацію.

"Наш маленький, але дружний колектив був справжньою командою, – зазначає пані Олена. – Я пишаюся тим, що навіть сьогодні мої колишні співробітники отримують подяки за свої знання й професіоналізм".

У 2022 році магазин розширився: відкрився відділ з мото- та бензотехнікою, ставши офіційним представником фірми "Штиль" із сервісним обслуговуванням. Крім того, запрацював ще один магазин в іншому районі міста. На 2022 рік планували створити сайт, плани звісно виконали, але війна внесла свої корективи.

Випробування війною

З початком повномасштабного вторгнення ситуація стала критичною. На жаль, внаслідок воєнних дій, бізнес було зруйновано і пані Олена вимушена була виїхати з дітьми та мамою до Німеччини, бо в той час родина навіть на Заході України не знайшла собі місця. Влаштувавши своїх рідних в безпеці, Олена повернулася в Україну та почала працювати над створенням магазину онлайн й шукати нове місце для відновлення магазину. Частину товару вдалося евакуювати, але один із магазинів було зруйновано щент.



Магазин у м. Самар

"Чоловік особисто займався вивезенням залишків продукції. Це були неймовірні зусилля, адже допомоги чекати не було від кого", – розповідає Олена.

Найважче, за словами підприємщиці, було морально. "Розривалося серце, коли доводилося бачити зневірених людей, особливо пенсіонерів, які й до війни ледве виживали. Але навіть у цей час ми не втрачали надії", – додає Олена.

Новий початок у м. Самар

Після ретельного аналізу можливостей та потреб Олена ухвалила рішення відкрити магазин у місті Самар Дніпропетровської області. Отримавши мікрогрант від держави, приватна підприємниця почала активно продумувати реалізацію свого бізнесу.

"Всі ніші нашого бізнесу звісно були зайняті. Ми проаналізували кількість населення, яке займається присадибним господарством, а саме в Самарі знаходяться дачі жителів міста Дніпра. Тим паче Самар знаходиться в більш безпечному районі на даний час", – пояснює підприємниця.

Новий магазин у Самарі має низку переваг: зручне паркування, розташування поряд із автостанцією, базаром та трасою міжнародного значення. Тому господарі розглядали варіанти, щоб було зручно та компактно працювати на три міста.

"В планах у нас було відкриття магазину в Харкові ми й надалі не залишаємо цього задуму, головне мати ресурси", – каже Олена.



Зруйноване «Подвір'я» в Гуляйполі



Єдина родина

Незважаючи на складнощі з оформленням документів та переїздом, магазин вже викликає зацікавленість серед місцевих мешканців.

"Люди цінують можливість зручно зупинитися й швидко придбати все необхідне", – ділиться пані Олена.

Хоч асортимент скоротився, його планують розширити. За можливості в асортименті мають з'явитися рослини для вирощування, а також садова техніка. Різницю в потребах треба було точно знати під час сезону. На даний час вони майже не різняться, з потребами в Гуляйполі. Умови та місцезнаходження схожі, є деякі нюанси по ґрунту, але Олена зі своєю командою готові їх задовільнити.

"Ми нещодавно відкрилися, але навіть за цей короткий термін, я зрозуміла що в місті Самар, де є п'ять магазинів нашого напрямку, люди ще досі запитують про ті препарати, які вже давно зняті з реєстру та заборонені", – хвилюється господарка магазину.

Підприємниця має надію, що навесні покупці будуть помічати, що в її магазині можна якісно та швидко купити все, що потрібно боньому подвір'ю.

Вірно у майбутнє

Відкриття магазину в м.Самар – це лише частина великого плану. Олена впевнена, що з часом бізнес у Гуляйполі відродиться, адже мешканці навіть під час бойових дій продовжують дбати про свої городи та землю.

"Не втрачати надію, будувати плани та працювати – ось що допомагає рухатися вперед", – підсумовує підприємниця.

Її історія – це приклад незламності, віри у власні сили та любові до рідної землі. Відродившись, наче фенікс із попелу, Олена продовжує боротьбу за своє майбутнє та майбутнє свого бізнесу.

Юлія МОЩЕНКО,
студентка Дніпропетровського
університету митної справи та фінансів

Рис 2. Публікація про історію Олени Ткаченко

«Любов і війна: історія написана серцем» (16.01.2025 р.).

Любов і війна: історія, написана серцем

Війна змінює життя. Вона залишає сліди у серцях, наповнює будні тривогою і змушує переосмислити звичні речі. Та попри все, навіть у найтемніші часи любов знаходить шлях. 22-річна Юлія Назаренко, родом із Залізничного, наразі проживає в Запоріжжі, і знає це не з чуток, бо 24 лютого 2022 року її життя розділилося на «до» і «після». Її історія - це історія про кохання, яке стало міцним, як сталь, і про будні, сповнені надії, смутку та віри у краще майбутнє.

Юлія - дружина військового. Їхня історія почалася навесні 2020 року зі звичайних зустрічей за філіжанкою кави. На той момент дівчина ще навчалася, а її майбутній чоловік працював у Мелітополі.

● Він одразу мені сподобався, але я вирішила не показувати своїх почуттів. Проте все стало очевидним, коли він запропонував мені зустрітись, і я погодилася. Відтоді наші стосунки розвивалися дуже стрімко, - **зазначає дівчина.**

Через дев'ять місяців пара вирішила жити разом. Це був початок історії, яка зміцніла навіть у найважчих обставинах. І коли 24 лютого 2022 року почалося повномасштабне вторгнення, життя Юлії та її коханого змінилося назавжди.

● Коханий відразу ж сказав, що хоче стати на захист нашої країни, я спершу думала, що не зможу це пережити, - **з тривогою в серці згадує Юлія.** - Але зрозуміла, - це його вибір, і я маю підтримувати його.

Військова служба почалася зі щоденних візитів до військкоматів у Гуляйполі, а потім і в Запоріжжі, де його таки взяли на службу.

У серпні 2022 року, під час короткої відпустки, хлопець зробив Юлії пропозицію. Весілля стало маленьким святом серед бурхливих подій.

● Коли ти - дружина військового, твоє життя стає наповненим очікуванням. Ми живемо лише 30 щасливих днів на рік, коли він у відпустці, а решта - це триваюче очікування хоч якогось повідомлення, що все добре, - **додає Юлія.**

Перші місяці війни були найскладнішими. Зв'язок був обмеженим: закохани могли спілкуватися лише раз чи два на тиждень. Зараз розмови відбуваються щовечора, але кожен дзвінок - це маленьке диво.

● Життя в постійному очікуванні - це реаль-

ність, яку розуміють лише дружини військових. Я не була готова до цього морально, але іншого вибору не було. Коли ти любиш, ти стаєш сильнішою, - **продовжує сповідь дівчина.**

Юлія навчилася бути підтримкою для свого чоловіка. Вона не ставить питань про службу, якщо він не хоче говорити. Слова мають величезне значення. Звичайне «Як ти там?» або «Я пишу тобі» додає мужності та сил військовим. Проте невдалі жарти чи запитання можуть нагадати їм про страшні моменти.

● Важливо давати йому простір, а також наповнювати спілкування легкими і теплими розмовами, такі розмови додають йому сили, - **пояснює дівчина.** - Слова коханого «Я скоро буду поруч» та звичайний «+», стали моїм найціннішим заспокоєнням. Щоденні телефонні дзвінки чи повідомлення додають сили триматися. Однак підтримка - це не лише слова.

Юлія активно займається волонтерством. Вона організовує збори для потреб підрозділу чоловіка: дрони, тепловізори, автомобілі, ремонт техніки.

● Починати збір завжди важко, адже люди не завжди активно долучаються. Але я не можу здаватися, бо знаю, що кожна гривня і репост можуть врятувати чиесь життя та допомогти моєму чоловікові й таким хлопцям як він у цей надскладний час, - **додає Юлія.**

У 2023 році чоловік подарував дружині французького бульдога на ім'я Мажорчик. Песик став частиною їхньої маленької сім'ї та важливим джерелом тепла, коли чоловіка немає поруч.

● Ця собачка стала для мене майже дитиною і заспокоєнням. Вона допомагає мені відволіктися і дарує радість у ті моменти, коли здається, що світ навколо валиться, - **з усмішкою гово-**



рить дівчина.

Для Юлії Перемога - це більше, ніж політичний чи військовий термін. Попри всі випробування, дівчина вірить у майбутнє.

● Найбільшим символом Перемоги для мене стане повернення чоловіка додому живим і здоровим. Це означатиме, що війна закінчилася, і ми зможемо розпочати нове життя. Мирне небо - це найголовніше, - **підсумовує Юлія.** - Війна принесла нам багато випробувань, але вона також навчила нас бути сильними. Ми зрозуміли, що щастя - це не відкладати життя на потім. Треба цінувати кожен момент, жити тут і зараз.

Історія Юлії - це приклад того, як любов і підтримка можуть допомогти подолати навіть найтемніші часи. Кохання на відстані, волонтерство і віра в краще майбутнє стали частиною життя дівчини. Це історія не лише про боротьбу, а й про силу, яка живе в серці кожної українки.

Юлія МОЩЕНКО,
студентка Університету
митної справи та фінансів

Рис 3. Публікація про історію Юлії Назаренко

«Він був, є і буде прикладом мужності, людяності й безмежної любові» (30.01.2025 р.).

ГОЛОС Гуляйпільця

ГЕРОЇ ГУЛЯЙПІЛЬЩИНИ

30 січня 2025 року №2 3

«Він був, є і буде прикладом мужності, людяності й безмежної любові!»

13 січня минуло два роки, як на російсько-українській війні загинув наш земляк **САКУН Олександр Іванович** з позивним «Махно». Він був не просто військовим, а справжнім взірцем людяності, мужності й любові до своєї країни та близьких. Його життя – це історія, в якій відображені глибокі цінності, безмежна відданість родині й Батьківщині.

Людина, яка любила життя

Олександр Іванович був звичайною людиною з великим серцем. «Просто я закохалася у хлопця з блакитними очима, приємним у розмові, звичайним, життєрадісним, надійним другом. А потім – весільний танець, народження дитей і щасливе родинне життя», – з теплом згадує дружина Ірина.

Разом вони виростили трое синів і завжди підтримували одне одного. Їхня родина стала прикладом єдності, любові та злагоди.

«Він був тією людиною, яка завжди знаходила час для близьких. Ми разом садили сад, будували дім, працювали пліч-о-пліч. У нашій родині все робилося разом, завжди з любов'ю й турботою», – розповідає дружина.

Олександр народився в сім'ї, де цінували працю, чесність і родинні традиції. Його батьки стали для нього прикладом любові й злагоди. Саме ці цінності він передав своїм синам, виховуючи їх у дусі поваги до оточуючих, відповідальності й людяності.

«Саша був тим, хто ніколи не стояв осторонь, завжди допомагав друзям і колегам, знаходив вихід із будь-якої ситуації. Для нас він був і залишатиметься тим, хто зберігав у нашому домі тепло й радість», – каже пані Ірина.

Виканки війни

У 2014 році, коли війна прийшла на українську землю, Олександр

Сакун отримав повістку та став на захист Маріуполя.

«Тоді здавалося війна далеко, але те, що в той час відбувалося вся наша родина, як ми переживали за нашого рідненького, словами просто не передати, – зі сльозами на очах згадує Ірина. – Тоді вдома стали частіше звучати слова «Слава Україні!». Він казав: «Все буде добре!» – то було як наш девіз і надія на краще».

Тоді родина молилася за повернення Олександра і він повернувся живим.

«У його присутності кожен почувався комфортно, ніби весь світ став простішим і теплішим. Його здатність підтримати у скрутну хвилину без зайвих слів чи запитань – це була його особлива риса, за яку ми всі так цінували його. Коли тато був поряд, атмосфера в домі наповнювалася теплом, і навіть у найважчі моменти було легко дихати», – згадує старший син Роман.

Попри всі труднощі, він виконав свій обов'язок і повернувся додому. Це був важкий період для всієї родини, але вони вірили, що найгірше вже позаду. Проте як вони помилялися, як і всі ми...

24 лютого 2022 року став днем, який змінив усе. З початком повномасштабного вторгнення Олександр знову став на захист країни. Його позивний «Махно» символізував його гуляйпільське коріння й характер вільної, нескореної людини.

«Тато завжди повторював, що треба боротися до кінця, бо тільки так можна зберегти свободу й незалежність. Він ніколи не ховався за спинами інших, завжди був попереду», – розповідає середній син Іван.

Його рішучість і сміливість вражали кожного. Він був частиною мінометного взводу 54-ї окремої механізованої бригади імені гетьмана Івана Мазепи. Попри отримане поранення й контузію в березні 2022 року, Олександр після лікування повернувся до лав захисників. Він мужньо виконував свої обов'язки, підтримуючи побратимів і родину навіть на відстані.

«Тато завжди казав, що треба давати ворогу відсіч, аби він більше ніколи не наважився топтати нашу землю», – додає Роман.

Втрата, яка стала болем

13 січня 2023 року Олександр загинув, тримаючи оборону на Бахмутському напрямку. Його смерть стала невимовною втратою для родини, але його подвиг назавжди залишиться прикладом героїзму і мужності. Указом Президента України **Сакуна Олександра Івановича** нагороджено орденом Богдана Хмельницького III ступеня посмертно.

«Коли він був поруч, усе здавалося простішим. Його поради, його підтримка – це те, чого не вистачає щодня. Він завжди залишав у нашій домівці тепло й відчуття захищеності», – ділиться молодший син Павло.

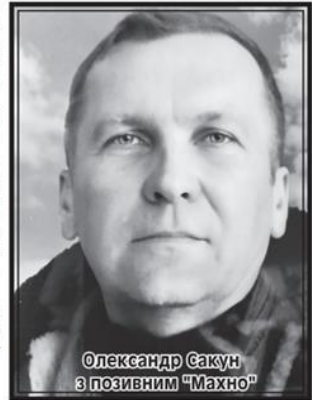
Уроки, що залишилися назавжди

Олександр Іванович залишив своїм дітям безцінні уроки.

«Мій батько був тим, до кого завжди можна було звернутися за порадою, і в нього завжди була відповідь. Його мудрість, доброта і невтомне прагнення допомогти робили його незамінним для родини й друзів, – ділиться Роман. – Останній раз, коли я бачив його, я не зміг сказати все, що хотів. Зараз я тільки думаю про те, як би я хотів повернутися в ту мить, обійняти його і сказати, як сильно його люблю, як мені не вистачає його порад і підтримки. Батько залишив по собі безцінний спадок – любов, мудрість і вірність родині».

Сини зберігають пам'ять про батька як про людину, яка завжди була поруч і підтримувала їх у найважчі моменти.

«Тато завжди казав: бути людиною – це головне. Його уроки залишилися з мною назавжди. Він був тим, хто допомагав нам будувати характер і вірити у свої сили. Його думки



тепер стали моїм дороговказом, – згадує Іван. – Основними його словами, якими керують ще з дитинства стали: «Будь людиною, котра поважає інших, май повагу до близьких та будь відповідальним!»

Олександр не тільки словом, а й власним прикладом показував, що означає бути справжнім чоловіком. Його сини згадують, як багато він працював для майбутнього їхньої родини. Він закладав фундамент не лише дому, а й їхніх характерів, вчив не боятися труднощів і завжди діяти чесно.

«З часу, проведеного з ним, я найбільше запам'ятав його щирий сміх та посмішку, яскраву й незабутню. Спокійне довірське життя, коли ми разом проводили час, його мудрі поради та здатність знайти вихід із будь-якої ситуації залишилися з мною назавжди, – говорить Павло. – Тато був прикладом сили, любові та людяності, і я завжди буду вдячний за ті моменти, які ми мали разом. Навіть у найважчі часи тато залишався для нас опорою, тим, хто вмів заспокоїти й підтримати».

Для родини Олександр – це більше, ніж чоловік і батько. Це – Герой, який віддав своє життя заради майбутнього України. Його ідеали, праця, доброта й сила залишаться у серцях кожного, хто його знав.

«Війна забрала наші найкращі роки, але вона не змогла забрати пам'ять про нього. Він був, є і буде для нас прикладом мужності, людяності й безмежної любові», – підсумовує пані Ірина.

Юлія МОЩЕНКО,
студентка Університету митної справи та фінансів



«Кав'ярня – це моя душа, де панує затишок» (30.01.2025 р.).

8 30 січня 2025 року №2

МОЖЛИВОСТІ

ГОЛОС Гуляйпілья

«Кав'ярня - це моя душа, де панує затишок»

Іноді, аби почати новий етап у житті, необхідно зробити лише один крок, але цей крок має бути сміливим і відважним. Наталія Білай пройшла цей шлях – шлях від початкових сумнівів до впевненості в собі, де кожен крок був підтриманий вірою в краще майбутнє. Її історія – це не просто про шлях до перемоги, а про сміливість змінюватися і вірити в нові можливості. Це подорож, де кожен виклик став сходиною до нової мрії, і навіть в моменти сумнівів, вона не відступала. Від рідного Гуляйполя до Тернополя – Наталія не просто змінила місце проживання, а й збрала в собі нові сили для великої справи, яка стала для неї справжнім покликанням.

Наталія починала свою кар'єру в Гуляйполі, де керувала салоном краси "Шарм". Вона майстриня манікюру з 15-річним досвідом, сміливо змінила свою сферу діяльності, відкривши власну кав'ярню "Bi'kava" у Тернополі. Однак війна змусила шукати нові можливості.

"Я ніколи не думала, що залишу Гуляйполе, – ділиться Наталія. – Там був мій дім, мій салон краси, мої клієнти. Але обставини змусили шукати нові можливості".

Переїхавши до міста Покровське, Дніпропетровської області, вона відкрила манікюрний кабінет, але з часом вирішила ризикнути та спробувати себе у новій сфері – придбала кавовий острівце.

"Так розпочалася моя подорож у світ кавового бізнесу. На той момент про каву я ще взагалі нічого не знала, але це було цікаво, чому б не спробувати. І знаєте, мене це захопило!", – згадує Наталія.

Влітку вона подала заявку на грант від держави, пройшла співбесіду і успішно його отримала. Далі – переїз у Тернопіль, пошук житла, навчання на власниці кав'ярні у Хмельницькому, співпраця з куратором, написання бізнес-плану та ретельні прорахунки.

"Я обрала Тернопіль, бо це місто здавалося мені спокійним, відкритим і таким, де можна почати щось нове", – додає пані Наталія.

24 грудня, напередодні Різдва, відбулось відкриття "Bi'kava".

"Назва закладу ніби гра слів, адже моє прізвище – Білай, а мої друзі ча-

сто називають мене "білочка". Цей образ відображений і в інтер'єрі, а саме на полицях кав'ярні, де "оселилися" маленькі білочки, які стали символом закладу", – пояснює власниця.

Кав'ярня вирізняється не лише атмосферою, а й якістю. Усі напої готуються з кавових зерен, обсмажених у місцевій ростерії.

"Відкриття кав'ярні – це була моя мрія. Ще коли війна тільки почалась, я казала: "Закінчиться війна – повернусь у Гуляйполе й відкрию кав'ярню". Але поки що моя мрія, залишається лише мрією", – з тривогою додає.

Кав'ярня швидко здобула популярність серед тернополян. Наталія не зупиняється на досягнутому. У її планах – відкриття ще двох кав'ярень у Тернополі, аби дарувати більше місць для теплих зустрічей за філіжанкою смачної кави.

"Мені було дуже приємно чути, що в нас затишно й атмосферно. Люди почали називати нашу кав'ярню "білою", бо вона світла й тепла. Це найбільша похвала", – з посмішкою розповідає Наталія.

Для кожного, хто розпочинає новий етап у житті, підтримка близьких відіграє ключову роль.

Для кожного, хто розпочинає новий етап у житті, підтримка близьких відіграє ключову роль. Так і в житті Наталії є безцінний скарб – це сім'я. Чоловік, діти, сестра й тато стали опорою, джерелом сили та натхнення. А діти для жінки – найбільша мотивація. Їхня любов і посмішки наповнюють енергією й бажання рухатися вперед.

"Мій чоловік часто говорить: "Я в тобі не сумніваюся, ти все зможеш" – ці слова звучать у моїй голові навіть тоді, коли ми не поруч. Він завжди знаходить час вислухати мене, допомогти, заспокоїти, – ділиться Наталія. – Навіть зараз, коли через події в країні ми змушені бути далеко один від одного, його підтримка незмінна. Він щоразу нагадує мені: "Разом ми – сила, разом ми зможемо все". Ці слова дають сили й віру в те, що ми подолаємо будь-які труднощі".

Сестра стала не лише моральною підтримкою для Наталії, а й співатором багатьох ідей та організаційних процесів.

"Рішення переїхати з Покровська до Тернополя було непростим. Нове місто, нові виклики, нова справа, – розповідає вона. – Але поруч завжди була моя сестра, яка допомагала в усьому – від пошуку квартири до організації кав'ярні. Вона вірила в мене навіть тоді, коли я сумнівалася в собі. Сестра завжди була поряд і допомагала втілювати цю мрію в життя".

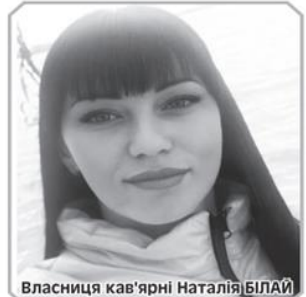
Особливе місце у серці Наталії займає підтримка друзів, які приїхали із Запоріжжя на відкриття кав'ярні.

"Важко передати словами, як важливо було бачити їх поруч у цей день. Вони подолали сотні кілометрів, щоб розділити зі мною цю подію. Їхня присутність стала найціннішим подарунком і підтвердила, що все це не даремно", – ділиться жінка.

Історія Наталії – це історія про те, як віра в себе та мрія можуть змінити життя. "Bi'kava" стала втіленням її бажання створювати, ділитися теплом і робити цей світ трохи кращим за чашкою кави.

"Кав'ярня для мене – це не лише робота. Це моя душа, де панує затишок. Я радію, коли бачу усмішки клієнтів, коли люди заходять до нас не лише за кавою, а й за атмосферою. Це мотивує рухатися далі й не зупинятися перед труднощами", – підсумовує господарка кав'ярні.

Юлія МОЩЕНКО,
студентка університету
митної справи та фінансів



Власниця кав'ярні Наталія БІЛАЙ



«Біла» кав'ярня «Bi'kava»



«Bi'kava»

«Впевнено крокує до своєї мрії» (13.02.2025 р.).

Впевнено крокує до своєї мрії

Спорт – це не лише фізична активність, а й шлях до самовдосконалення, подолання перешкод і досягнення нових вершин. Для багатьох це стає сенсом життя, джерелом натхнення та мотивації. Спорт вчить працювати над собою, вірити у власні сили та ніколи не зупинятися на досягнутому. Саме таким є приклад юного спортсмена Єгора Коваленка, який своїм прикладом доводить, що мрії досяжні, якщо по-справжньому прагнути до них.

Єгор КОВАЛЕНКО - 15-річний юнак із маленького містечка Гуляйполя, впевнено крокує до своєї мрії – стати відомим спортсменом. Попри юний вік, він вже має значні досягнення у спорті, поєднуючи навчання з інтенсивними тренуваннями.

Хлопець дистанційно навчається в КЗ «Опорний заклад загальної середньої освіти «Лідер», а також у польському Лісеум 15, що у Вроцлаві. Вранці – уроки, ввечері – тренування, але такий ритм хлопця не лякає. Він живе спортом.

Свої перші кроки у спорті Єгор зробив у 7 років. Саме тоді його батьки дізналися про тренера **Віталія Мансурова**, який працював із дітьми такого віку.

“Спочатку цей вид спорту мені просто подобався, але згодом, після перших перемог, я зрозумів, що хочу цим займатися на вищому рівні. Тренер не лише закликає основи фізичної підготовки, але й надихнув мене на великі досягнення, – **ділиться Єгор**. – **Віталій Ренатович** – чудовий тренер і людина. Хоч він зараз далеко, але завжди підтримує своїх вихованців і залишається на зв'язку”.

Перші змагання залишили в пам'яті юного спортсмена особливі емоції.

“Було і страшно, і цікаво одночасно. Це досвід, який не забувається”, – **каже юнак**.

Серед його нагород – численні медалі, грамоти та навіть золотий кубок. Хоча більшість із них залишилися в рідному Гуляйполі, кожна має свою цінність для Єгора.

У Польщі хлопець продовжив тренування. Спочатку займався в одному клубі, потім із другом

знайшли новий – «TopRocketBoxingTeam», де тренує українець Павло Паражинський. Усього через місяць після вступу до клубу Єгор брав участь у змаганнях серед клубів Вроцлава й здобув золото.

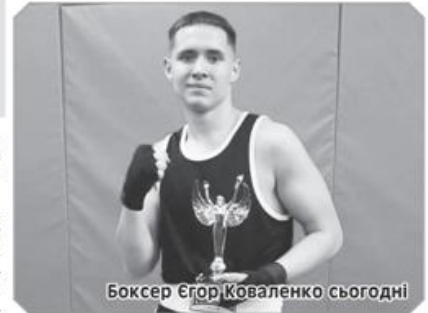
“Це було неймовірно! Ми з другом тільки-но приїхали до клубу, минуло лише місяць тренувань, і вже взяли участь у змаганнях. Турнір був дуже напруженим, змагалися найкращі клуби Вроцлава, але ми зібралися, виклалися на максимум і здобули золото, – **з гордістю згадує Єгор**. – Коли я отримав золотий кубок та перше місце, це було справжнє відчуття перемоги – і над суперниками, і над власними страхами. Ця нагорода стала для мене доказом, що наполегливість завжди дає результати”.

Хлопець надихався прикладом українського боксера Олександра Усенка та інших видатних спортсменів.

“Головна моя мрія – стати олімпійським чемпіоном і майстром спорту. Я сам себе надихаю та в першу чергу надихаю мої досягнення. Дають розуміння, що рухаюся у правильному напрямку. Цей вид спорту – те, чим я живу”, – **підсумовує хлопець**.

Зараз юнак має в своєму арсеналі золотий кубок, 5 золотих, 8 срібних медалей та безліч грамот. Але він не зупиняється і впевнено рухається вперед, мріючи про міжнародні змагання та визнання. Своім прикладом Єгор доводить, що наполегливість, підтримка рідних та любов до своєї справи можуть подолати будь-які перешкоди.

Юлія МОЩЕНКО,
студентка Університету митної справи та фінансів



Боксер Єгор Коваленко сьогодні



Віталій Мансуров зі своїм юним учнем Єгором Коваленком

Рис 6. Публікація про історію Єгора Коваленко

«Прапор Гуляйполя – на вершинах України» (13.02.2025 р.).

ПРАПОР ГУЛЯЙПОЛЯ - НА ВЕРШИНАХ УКРАЇНИ

Війна змінила і продовжує змінювати життя кожного українця. Але попри всі труднощі, ми продовжуємо працювати, мріяти, відкривати нові можливості та горизонти. Ця історія – про силу духу, про єдність та про віру в майбутнє. Це розповідь про Артема Скрипая, вчителя історії з маленького, незламного містечка Гуляйполе, який вирішив підняти прапор свого міста на одну з найвищих вершин України. Цей символічний вчинок став нагадуванням про стійкість та незламність українців, які попри всі випробування, крокують вперед.

"Цю розмову потрібно почати з подяки. Подяки всім, хто боронить нашу країну, даючи нам можливість жити, працювати, подорожувати, навчатися та навчати. Завдяки Силам оборони України ми маємо змогу продовжувати здійснювати свої мрії, навіть у найважчі часи", – починає свою розповідь пан Артем.

Артем Скрипай народився в місті Гуляйполі, Запорізької області. До по-

чатку повномасштабного вторгнення жив у рідному місті. Після початку бойових дій у Гуляйполі, він залишився у рідній Гуляйпільській громаді та продовжив працювати вчителем історії в школі, але дистанційно.

"Я завжди мріяв про подорожі. Саме у 2024 році ця мрія набула нового змісту. Ідея підняти прапор рідного міста на вершину гори виникла як спосіб продемонструвати нашу незламність та

як логічне продовження теми подорожів та сходжень на вершини, – ділиться Артем. – Я не очікував, що це стане настільки символічним моментом для земляків, хоча особисто для мене цей момент був моментом гордості і підтвердженням правильності мого життєвого шляху".

Похід на гору Піп Іван був нелегким. Виникали різні труднощі – від документальних питань до глибоких емоційних викликів у самих учасників.

"Часом було дуже важко. Обмеження на перебування в прикордонній зоні, складні погодні умови, фізична втома – все це випробовувало нашу рішучість", – згадує Артем.

Першою вершиною, на якій замайорів прапор Гуляйполя, стала гора Смотрич (1898 м над рівнем моря). Далі маршрут пролягав через гору Вухатий Камінь (1864 м). Нарешті – Піп Іван або Чорногора – третя за висотою вершина України (2028,5 м). На ній розташовані руїни польської астрономо-метеорологічної обсерваторії, відомі як "Білий Слон", а також найвищою гірською бібліотекою України.

"Сам підйом тривав близько дванадцяти годин. Ми подолали понад п'ятнадцять кілометрів і піднялися більш ніж на один кілометр у висоту. Це було справжнє випробування духу та сили волі", – з усмішкою розповідає Артем.

Гори мають особливу силу. Саме в таких екстремальних умовах учасники походу змогли відволіктися від реальності, побути наодинці зі сво-

їми думками, переосмислити життя і визначити подальші цілі. Відтепер цей прапор стане постійним супутником Артема.

"Кажуть, що гори зіцлюють – і я в це вірю, – зазначає Артем. – Цей прапор буде підкорювати нові вершини, прославляючи рідне, незламне місто Гуляйполе".

Підйом на найвищі вершини українських гір об'єднав багатьох людей. Учасниками походу стали як хлопці, так і дівчата, віком від 20 до 40 років. Серед них були лікарі, IT-спеціалісти, музиканти, спортсмени, військові, волонтери, вчителі – люди з різних куточків України.

"Цей похід ще раз довів: Україна – єдина. Захід і Схід, Південь і Північ рухаються разом, підтримуючи одне одного на кожному кроці", – підсумовує пан Артем.

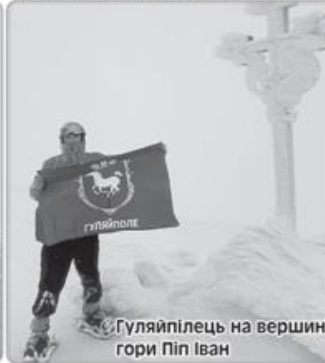
Подорож на найвищі вершини України була не просто сходженням на вершину – це був шлях до усвідомлення, що Україна тримається на людях, які не здаються. На тих, хто, попри війну, продовжує мріяти, діяти та надихати.

Прапор Гуляйполя, що замайорів на висоті понад дві тисячі метрів – це не просто тканина, це символ надії і віри. Нагадування про всіх, хто бореться, хто чекає на повернення назад. Це доказ того, що Гуляйполе, як і вся Україна, не здається та плекає надію. Гори відкривають серце та зіцлюють душу.

Юлія МОЩЕНКО,
студентка Університету митної справи та фінансів



Артем Скрипай



Гуляйпільець на вершині гори Піп Іван

Рис 7. Публікація про історію Артема Скрипая

«Завжди вважала, що краса – це сила» (27.02.2025 р.).

8 27 лютого 2025 року №4

МОЖЛИВОСТІ

ГОЛОС Гуляйпілья

«Завжди вважала, що краса - це сила»

Війна змінила життя багатьох українців, змусивши починати все з нуля в нових містах і обставинах. Але навіть у найскладніші часи є люди, які не здаються, а знаходять сили рухатися вперед, даруючи натхнення іншим.

Одна з таких історій належить Маргариті Зінченко – майстру з перманентного макіяжу, яка після переїзду з рідного Гуляйполя до Запоріжжя змогла відновити улюблену справу й досягти нових вершин у б'юті-індустрії. Її шлях – це поєднання наполегливості, любові до краси та віри у власні сили.

“Я завжди вважала, що краса - це сила. Вона допомагає людям відчувати себе впевненими, щасливими і відкритими до нового. Саме це переконання стало основою мого шляху в б'юті-індустрії”, – так розпочинає свою історію Маргарита, яка змогла вистояти та розквітнути навіть у період війни.

Від перших спроб – до професійного зростання

Усе почалося в 2015 році в маленькому місті Гуляйполі. Маргарита вирішила спробувати себе у сфері, яка на той час була справжньою новинкою, тому почала займатися нарощуванням вій і оформленням брів.

“Це був мій перший досвід роботи з людьми. Я навчалася самостійно, відточувала навички, і з кожним

днем кількість клієнтів збільшувалася. Хоч було важко поєднувати роботу з вихованням маленької доньки, я працювала без вихідних. Мого метою завжди було вдосконалення. Тому я вирішила піти далі”, – згадує Маргарита.

У 2018 році вона відкрила для себе мистецтво перманентного макіяжу, пройшла базове навчання в Дніпрі під керівництвом викладачки Людмили Заєць, яка стала для неї прикладом професіоналізму та справжньою мотивацією.

“Це було складно. Руки тремтіли, але я розуміла, що хочу йти вперед. Перманентний макіяж став для мене не просто роботою, а справжнім мистецтвом. Брови, губи, повіки – я бачила, як жінки сяють після процедур, і це надихало”, – додає майстриня.

Випробування війною

У 2022 році війна змусила залишити рідне містечко. Разом із сім'єю Маргарита переїхала до Запоріжжя.

“Перші місяці були дуже важкими. Нове місто, відсутність клієнтів, нерозуміння, як діяти далі. Але

я не могла залишити справу свого життя. Клієнти самі почали телефонувати, і це підштовхнуло мене до дій”, – розповідає пані Маргарита.

Завдяки підтримці сім'ї вона відкрила кабінет у Запоріжжі та почала працювати. Попри всі труднощі – нове місце, пошук клієнтів і нестабільну ситуацію – Маргарита знову довела свою майстерність.

Сьогодення та плани на майбутнє

Нині Маргарита Зінченко не лише проводить процедури, а й ділиться знаннями з молодими майстрами. Попри вже досягнуте, вона не збирається зупинятися, а планує освоїти нові напрями в косметології, пройти додаткове навчання й продовжувати розвиватися.

“Навчання новачків приносить мені величезне задоволення. Я бачу, як вони розкривають свій потенціал і починають любити цю професію так само, як я, бо завжди вірю, що треба йти вперед. Ніколи не зупиняйтеся, адже розвиток - це ключ до успіху. Завжди шукайте індивідуальність у кожній людині. Ми всі унікальні, і наше завдання - підкреслювати цю унікальність. Ніколи не працюйте за шаблоном. Ця професія вимагає відданості, адже ми відповідаємо за зовнішність людей. І пам'ятайте: навіть у найтемніші часи



Маргарита Зінченко

краса має силу врятувати світ”, – підсумовує майстер перманенту Маргарита.

Історія Маргарити Зінченко – це приклад того, як завдяки любові до своєї справи можна подолати будь-які труднощі й досягти нових вершин. Вона надихає вірити в свої сили та шукати красу навіть у складні моменти життя.

Рис 8. Публікація про історію Маргарити Зінченко

Єлизавета Винник: від дитячих малюнків – до мистецтва на тілі»
(27.02.2025 р.).

Єлизавета Винник: від дитячих малюнків - до мистецтва на тілі

Іноді все, що потрібно для того, щоб знайти свій шлях – це просто слідувати серцю. Саме так сталося з 18-річною Єлизаветою Винник з Гуляйполя. Починаючи з дитячих малюнків на папері, дівчина знайшла свою справжню пристрасть у малюнках на тілі. Єлизавета - молода, смілива дівчина, яка не боялася слідувати своїм мріям, навіть коли вони вели її до нового і незвіданого. У кожному її татуванні є частинка душі, емоція і навіть історія, яка залишатиметься з людиною на все життя. І це лише початок великого творчого шляху, на якому дівчина вже знайшла своє місце і готова поділитися своїм мистецтвом зі світом.

Єлизавета Винник – студентка Національного університету "Запорізька політехніка" за спеціальністю дизайнер навколишнього середовища. Її творча кар'єра розпочалася ще в дитинстві, коли малювання стало її найпершою пристрастю. Мама помітила це захоплення і віддала Єлизавету в художню школу, де дівчина з захопленням вивчала основи мистецтва, закінчивши її з відмінними оцінками.

"Я завжди малювала – це було моє натхнення, моя віддушнина. З самого дитинства я відчувала, що творчість – це те, що мене наповнює і дає сенс. А коли я почала брати участь у творчих конкурсах, малювати плакати для шкільних заходів, я зрозуміла, що дизайн – це моя доля", – згадує вона майстриня тату.

Та, незважаючи на успіхи в навчанні, в серці Єлизавети горіла ще одна ідея. Два роки тому вона закінчила КЗ "Опорний заклад загальної середньої освіти "Лідер", переїхала з Гуляйполя до Запоріжжя й вирішила, як і багато інших молодих людей, знайти роботу на літо. Але доля мала інші плани для неї. Одного дня в Інтернеті вона натрапила на рекламу курсів тату, і цей момент змінив її життя.

"Мене це зацікавило, і я вирішила спробувати. І не могла навіть уявити, що це стане тим, чим я буду жити, – з посмішкою згадує вона. – Навчання було справжнім відкриттям. Я зрозуміла, що це не просто нове хобі, а те, що я хочу робити все своє життя. Кожен рух, кожен малюнок на тілі – це як частинка душі клієнта, яку ти перетворюєш на щось незабутнє".

Перше тату було для Єлизавети неймо-

вірно хвилюючим моментом.

"Ми з клієнтам не просто створювали малюнок, ми створювали спогад на все життя. Я тримала в руках тату-машинку, а всередині було стільки емоцій: від страху - до щастя. Коли клієнт подивився на своє нове тату і сказав, що це саме те, що він хотів – я відчувала, що знайшла своє справжнє покликання", – ділиться Єлизавета.

З перших кроків у цій сфері Єлизавета була готова віддати всі свої сили, щоб розвиватися. Незважаючи на початкові труднощі та відсутність досвіду, майстриня шукала клієнтів для безкоштовних татувань, щоб почати збирати портфоліо, активно працюючи над покращенням своїх навичок та розвитку соціальних мереж.

"Спочатку це було нелегко, але кожна людина, яка залишила відгук і ставала моїм постійним клієнтом, ставала частинкою моєї історії, моєї маленької перемоги, – горворить дівчина. – Я шукала клієнтів, які готові були дати мені шанс попрацювати, створюючи татування на їхньому тілі. І з часом, коли моя майстерність покращилася, почали приходити люди, яких справді вабила моя робота".

Зараз, коли більшість клієнтів приходять з готовими ескізами, Єлизавета продовжує малювати свої власні ідеї. Особливе місце в її серці займають портрети, а улюблений стиль – реалізм, де потрібно вимальовувати кожну деталь.

"Малювати для мене - це як дихати. Кожен ескіз - це новий шлях, новий світ, який відкривається перед тобою і твоїм клієнтом, – з хвилюванням додає Єлі-

завета. – Це моя найбільша любов. Кожен портрет - це історія, емоція, яку ти повинна передати через татування. Кожна деталь важлива. Кожна риса на тілі - це маленька частинка душі людини".

Дівчина зізнається, що в її роботі з людьми є як важкі моменти, так і дуже зворушливі.

"Клієнти приходять з різними ідеями. Бувають дуже незвичайні запити, але я завжди прагну зробити те, що буде не тільки красивим, але й відповідним людині. Є й ті, хто приходить із дуже важливими тату, наприклад, військові, які хочуть увічнити на тілі спогади про своїх близьких або важливі моменти. Для них це справжня цінність", – продовжує сповідь юна майстриня.

Зараз Єлизавета працює у жіночому колективі тату-майстрів, які стали для неї не просто колегами, а й родиною.

"Ми разом переживаємо всі моменти, підтримуємо одна одну. Коли переїхали на нову студію, ми разом створили атмосферу, де клієнти відчують себе як вдома. Їхні слова вдячності – це найбільша нагорода для нас", – ділиться вона.

Нещодавно Єлизавета почала ділитися своїми знаннями, проводячи навчання для майбутніх тату-майстрів.

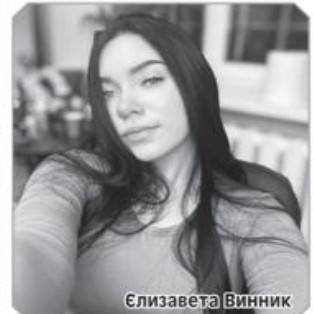
"Мене захоплює, коли мої учениці успішно закінчують курси і починають працювати в тату-індустрії. Це дуже важливий для мене етап – допомогти людям реалізувати свої мрії", – додає Єлизавета.

Вона впевнена, що майбутнє за тату-мистецтвом, яке стало частиною культури.

"Тату – це не просто малюнок, це спосіб самовираження, спосіб зберегти на тілі важливі моменти життя. Наприклад, відбиток запки домашнього улюбленця або важливий напис. Це стає частиною твоєї душі, твоєї історії", – зазначає дівчина.

У майбутньому Єлизавета мріє відкрити власну тату-студію.

"Я хочу створити таке місце, де люди зможуть знайти не тільки якісне татува-



Єлизавета Винник



вання, а й підтримку, де зможуть відкрити для себе нові можливості. Тату – це не просто малюнок, це частина душі, яку ми відносимо у реальність", – ділиться майстриня тату.

"Якби я могла повернутись у минуле і поговорити з собою, я б сказала "дівчино, ти обрала правильний шлях". Це не просто хобі чи тимчасова робота – це сенс життя, це професія, яка дає не тільки можливість заробити, а й приносить сотні посмішок, нові знайомства, нові емоції. Це те, чим я хочу жити і розвиватися", – підсумовує Єлизавета.

Сторінку підготувала
Юлія МОЩЕНКО,
студентка Університету митної
справи та фінансів

Рис 9. Публікація про історію Єлизавети

«Дім, сповнений любові: історія родини Калашників» (13.03.2025 р.).

8 13 березня 2025 року №5

РАЗОМ МИ СИЛА!

ГОЛОС Туляйпілья

Дім, сповнений любові: історія родини Калашників

Війна змінює все: міста перетворюються на руїни, люди втрачають домівки, але найстрашніше – коли діти залишаються без родини. У цей вир подій потрапило подружжя Калашників із Гуляйполя. Вони втратили спокійне життя, та натомість отримали найбільший дар – можливість стати батьками для дітей, яким так бракувало любові.

«Ми з чоловіком завжди мріяли про велику родину, але не знали, як саме це станеться. Господь вирішив усе за нас», – з теплом у голосі говорить Оксана.

Це історія про силу людського серця, про віру, яка веде крізь темряву, і про те, що справжня родина – це не тільки кровні узи, а передусім любов та підтримка. Коли серце сповнене любові, воно здатне творити справжні дива!

Дорога, що привела до великої родини

Підружжя Калашників жило у рідному Гуляйполі. Юрій працював газоелектроварювальником, а Оксана – продавчинєю, потім почала освоювати новий напрям – масаж.

Будували своє життя, і здавалося, що все йде своєю чергою. Проте війна змінила всі плани. З початком повномасштабного вторгнення, подружжя залишилося в рідному місті, допомагали військовим, варили їжу, підтримували як могли.

«Нам не було чого боятися – ми були лише вдвох», – пригадує Юрій. Та коли виникла загроза для племінників, вони швидко вирішили – треба виїжджати. Так подружжя разом з дітками опинилися у Васильківці.

«Якби час було важко. Я потрапила під мінометний обстріл, який залишив у моєї душі страх, ночами навіть чула вибухи у снах», – з тривогою розповідає пані Оксана.

Оксана та Юрій не мали власних дітей, але Бог подарував їм маленьку прийомну доньку Олю, яку вони виховували з любов'ю та як рідну. Нині Олі – 23 роки, проживає вона в місті Тернополі зі своїм майбутнім чоловіком. Дічина закінчила Києво-Могилянську академію та наразі працює перекладачем і репетитором англійської мови.

Після початку війни все змінилося – страх, втрати, переїзд... Але замість того, щоб впасти у відчай, вони зробили вибір – подарувати дім дітям, які залишилися без батьків.

«Ми ніколи не мріяли про велике багатство, але завжди хотіли дати комусь тепло і любов», – ділиться жінка.

Оксана не раз замислювалася, звідки бере сили. Відповідь для неї очевидна – віра у Бога. Адже життя перевернулося, довелося тікати від війни, саме молитва давала їй спокій. Коли в їхню родину прийшли діти, вона ще більше утвердилася в своєму поклонінні.

«Якби не Господь, я б не витримала всіх цих випробувань. Я просила у Бога мудрості, аби прийняти правильне рішення, і сили, щоб не зламатися. І Він відповідає – через людей, через події, – зізнається вона. – Це не ми вибрали їх – це Господь довіряв їх нам. І якщо Він дає випробування, то дасть і силу пройти його».

Діти, яких послала доля

З часом подружжя Калашників влаштувалося у Васильківці, почало життя з чистого аркуша. Оксана працювала масажисткою, а Юрій – газоелектроварювальником. Все йшло своєю чергою, але щось у серці було невгамованим.

«Після чергового обстрілу, де загинуло багато людей та дітей, ми з чоловіком почали говорити про дітей, що залишилися одні. В душі народилася маленька ірія – ми маємо дати дітям дім, – згадує Оксана. – Вночі я часто переглядала анкети дітей, які залишилися сиротами та тихенько собі плакала, у мене за них боліло серце».

Якось у гвинті на сеанс масажу до Оксани прийшла жіночка із сільради, засмучена, мовчазна.

«Я була справді здивована, адже ми з нею завжди розмовляли, сміялись, тому образи слухала, що сталося. Вона відповіла, що не має куди подіти своїх дітей. Я навіть не замислювалася і одразу сказала, що ми заберемо, – зі слозами на очах розповідає жінка. – Під час розмови я зателефонувала чоловікові, розповіла усе і він теж одразу погодився забрати цих дітей».

З часом подружжя дізналися, що дітей не двоє, а семеро. На той момент старші дітки відпочивали у санаторії.

«Все буде добре, – з усмішкою сказав Юрій, – У нас шестеро племінників – потягнемо!»

Народження справжньої родини

«У нашому домі першою з'явилася трирічна Даша. Вона боялася, ховалася, але пішла на руки до чоловіка. Після обіду привезли тримісячну Софіюку – вона просто мирно спала в автокріслі, – з тривогою розповідає Оксана. – Весь наступний тиждень село допомагало нам обласнуватися. Люди приносили все: дитячі візочки, памперси, їжу, одяг – ми з чоловіком навіть не вірили, що так буде!»

Через три місяці Оксана поїхала до санаторію в Косово, щоб забрати інших дітей.

«Найменший з них, семирічний хлопчик, обійняв мене і прошепотів: «Мамо, ми тебе так довго чекали...». Я відчула, як щось всередині у мене



Щасливі батьки Оксана та Юрій



Неділя. На порядку денному – пельмені



Велика родина Калашників разом із гостями, благодійниками і першою леді Оленою Зеленською

розірвалося від болю і любові водночас», – ділиться Оксана.

У родині Калашників семеро дітей, яких об'єднала не тільки спільна доля, а й безмежна батьківська любов.

Діана, 17 років – навчається в 11 класі, готується до НМТ та обирає майбутню професію. **Володимир, 16 років** – прагне стати газоелектроварювальником, як батько, та активно переймає його вміння. **Данило, 12 років** та **Матвій, 10 років** – допитливі й енергійні брати, які завжди разом. **Саша, 7 років** – мрійливий та життєрадісний. **Даша, 3 роки** – сонечко родини, сповнене ніжності. **Софія, 9 місяців** – символ нової надії та щасливого майбутнього.

Юрій та Оксана прищеплюють дітям сімейні традиції та цінності: щонеділі всі разом ліплять пельмені, субота – день для Бога і поїздок до церкви та індивідуальні графіки обов'язків для кожної дитини.

«Дітки змінюються – стають спокійнішими, щасливішими. Вони навчилися молитися, їздять до церкви. Я хочу, щоб вони росли добрими, вірили в Бога, знали, що вони не самотні у цьому світі», – додає пані Оксана.

Мрія, яка веде нас далі

Нині родина Калашників переїхала у Підгороднє, що на Дніпропетровщині.

За державною субвенцією їм там надано житло. Фондація Олени Зеленської, допомогла багатодітній родині: було виділено кошти для облаштування будинку меблями та новою технікою. Команда Фондації передала Калашникам зарядну станцію, іграшки та гаджети для навчання.

«Ми мріємо повернутися додому, до рідного Гуляйполя, коли війна закінчиться, привезти туди наших дітей, показати їм, де наше коріння. Ми більше не просто чоловік і дружина – ми стали батьками для сімох дітей. І це – найбільше щастя, яке подарував нам Господь», – говорить жінка.

Ця історія – про людей, які не боялися взяти на себе відповідальність за дитячі долі. Вони не просто дали їм дах над головою – вони подарували справжню сім'ю. Дивлячись на теплі усмішки дітей розумієш, що вони вже знайшли своє щастя – у родинному затишку, у словах підтримки, у любові, яку отримали від тих, хто став для них справжніми батьками.

«Доля послала нам цих дітей, і ми зробимо все, щоб вони були щасливі», – підсумовує Юрій.

Юлія МОЩЕНКО,

студентка Університету митної справи та фінансів

Рис 10. Публікація про історію родини Калашників

«Повернення до мрії: як лікарка Юлія Войтюк відновила свою справу в Дніпрі» (10.04.2025 р.).

Повернення до мрії: як лікарка Юлія ВОЙТЮК відновила свою справу в Дніпрі

Життя може змінитися в одну мить та часто випробовує нас на міцність. Ще вчора ти працював у рідному місті, будував плани на майбутнє, розвивав власну справу, а сьогодні – війна змушує залишити все й починати спочатку. Саме так сталося і з Юлією Войтюк – лікаркою, яка повернулася із-за кордону в Україну і відновила свою роботу в новому місті. Народившись у Гуляйполі, вона присвятила своє життя медицині, але війна змусила її покинути рідне місто. Однак замість того, щоб здатися, вона знову взялася за свою справу, але вже у Дніпрі.

«Завжди знала, що буду лікарем»

«Стати лікарем я мріяла з самого дитинства, – озвучує пані Юлія. – Якби знову довелося обирати професію, то знову б обрала медицину, і знову б стала лікарем, навіть не вагаючись».

У 2005 році Юлія вступила до Дніпровської державної медичної академії на факультет лікувальної справи. Після її закінчення молода медицина була направлена в рідне Гуляйполе працювати сімейним лікарем.

До початку повномасштабного вторгнення Юлія кила і працювала на посаді завідувача амбулаторії загальної практики сімейної медицини. Згодом проходила додаткове навчання та розпочала власну справу, а саме: відкрила приватний медичний кабінет, який поступово виріс у невеликий центр та наповнювався спеціалістами, яких Юлія запрошувала з інших міст. Але війна змінила все.

«Робота в маленькому містечку – це завжди велика відповідальність. Адже ти знаєш майже всіх своїх пацієнтів особисто, переживаєш за кожного, ділиться вона. – Було відчуття, що все йде у пра-

вильному напрямку. Ми створили команду, обладнали сучасний медичний центр. І тут почалася війна...».

«Коли на руках чотиримісячна дитина, рішення треба ухвалювати швидко»

Війна змусила Юлію ухвалювати важливі рішення.

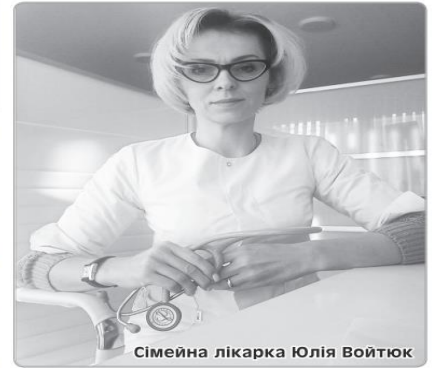
«На руках була маленька дитина. Було страшно не лише за себе, а й за дітей. Доля розпорядилася так, що довелося їхати за кордон», – каже лікарка.

У Словаччині пані Юлія почала підтверджувати свій український медичний диплом та працювати лікарем УЗД.

«Медицина – це не просто робота, це моє покликання. Але кар'єра і все таке інше ніколи не буде важливішою за сім'ю», – з турботою говорить Юлія Олександрівна.

Саме тому було ухвалено рішення повернутися в Україну. І, не довго думаючи, Юлія з родиною вирішила їхати в місто студентських років – Дніпро.

«Ми довго не роздумували, куди їхати. Дніпро



Сімейна лікарка Юлія Войтюк

стало мені рідним ще під час навчання. Тут я стала лікарем, тут народила першу дитину, вийшла заміж. Це мій другий дім», – згадує жінка.

«Почати все спочатку – можливо!»

Юлія не відкривала новий медичний центр «Life», а просто перенесла свою справу в Дніпро.

«Це було не так складно, як могло здатися. Так, документи, нові пацієнти, нова команда, але головне – не здаватися!» – розповідає пані лікарка.

Медичний центр і далі надає якісні медичні послуги з діагностики для дорослих і дітей. Але одним із найбільших викликів стало формування нової команди.

«У закладі можна пройти комплексне обстеження серця, судин, внутрішніх органів, суглобів, залоз внутрішньої секреції та інших органів. У нашому центрі можна відразу отримати консультацію спеціаліста та безпосередньо план лікування», – ділиться Юлія. – Команду завжди формуємо заново, адже наші лікарі були з іншої області і доля у кожного складалася по-різному. Зараз активно створюємо нову базу пацієнтів та запрошуємо до співпраці лікарів, особливо внутрішньої переміщення осіб, бо базаток наших колег також війна змусила покинути дім і роботу. Наприклад, серед наших колег залишилися – лікар педіатр з Гуляйполя, а також адміністратор».

Юлія МОЩЕНКО, студентка університету митної справи та фінансів

Закінчення на 5-й стор.



Медичний центр «Life»

ГОЛОС Гуляйпільця

НЕЗЛАМНІ

10 квітня 2025 року №7 5

Повернення до мрії: як лікарка Юлія ВОЙТЮК відновила свою справу в Дніпрі

Закінчення. Початок на 1 стор.

«За нас ніхто нічого не зробить»

«З труднощами майбутнє, довелося зіткнутись як і всім, але треба вставати і щось робити. За нас ніхто нічого не зробить. Дякую родині, друзям за підтримку та допомогу!» – впевнено говорить Юлія.

Наразі центр активно приймає пацієнтів, отримує перші позитивні відгуки та знайомиться з місцевим населенням.

«Особливо, надзвичайно раді приймати наших земляків, які знаходяться нас навіть далеко від дому», – з усмішкою говорить Юлія. – Планувати наперед зараз щось дуже важко, але головний план – жити, творити, і любити свою країну, бо вона найкраща!»

Історія Юлії Войтюк – це не просто розповідь про кар'єру чи бізнес. Це приклад неймовірної сили духу, віри



У приміщенні медцентру

в себе, у власні сили та любові до своєї країни. Війна змусила її залишити рідне місто, але не змогла зламати її прагнення допомагати людям. Попри всі труднощі, Юлія Олександрівна знайшла в собі сили повернутися та відновити свою справу в новому місті. Вона

не чекала кращих часів, не зупинилася перед викликами, а почала будувати власну справу заново – з новими людьми, в нових умовах, але з тим самим великим бажанням рятувати життя. Її шлях – це ще одне підтвердження того, що головне не місце, а люди. І якщо є



Юлія Войтюк за роботою

мета, віра та підтримка близьких, то немає перешкод, які не можна подолати.

Юлія МОЩЕНКО, студентка університету митної справи та фінансів

Рис 11. Публікація про історію Юлії Войтюк

ВИСНОВКИ

Під час підготовки кваліфікаційної роботи було досягнуто її основної мети: розроблення концепції та створення інформаційного продукту – циклу матеріалів соціальної тематики про громадян Гуляйпілья для газети «Голос Гуляйпілья». Реалізація поставлених завдань дозволяє сформулювати такі загальні висновки.

1. Публікації в прифронтовій газеті, мають низку своїх особливостей, серед них: якомога оперативніша подача інформації, інформування мешканців прифронтових громад, підтримка населення. Такі особливості дозволяють привернути населення громади. Також безпосередньо важливо вносити корективи в рубрики, щоб утримати зацікавленість та увагу читачів. Для досягнення поставленої мети кваліфікаційної роботи було розглянуто як теоретичні, так і прикладні основи створення матеріалів соціальної тематики у прифронтового медіа. Проаналізовано особливості створення матеріалів різних жанрів для газети, охоплення аудиторії тощо. Новизна інформаційного продукту полягає у створенні цілісної добірки матеріалів соціальної тематики на основі історій мешканців Гуляйпільщини. Матеріали висвітлюють важливі соціальні аспекти життя людей, які перебувають у стані постійної небезпеки, адаптуючись до нових реалій, зберігаючи стійкість та підтримку одне одного в умовах війни.

2. Цільова аудиторія газети «Голос Гуляйпілья» може бути досить широкою та різноманітною. Безпосередньо це місцеві жителі, які залишились у прифронтовій зоні та прилеглих регіонах (вікова група: 18 – 70 років. Інтереси: повідомлення про місцеві події, гуманітарну допомогу, громадські та соціальні питання тощо), військовослужбовці та їх родини (вікова група: 20 – 50 років. Інтереси: наразі медіа активно публікує власні історії військовослужбовців, також надає перевагу вшануванню пам'яті про полеглих захисників гуляйпільської громади), волонтери (вікова група: 20 – 45 років. Інтереси: надання гуманітарної допомоги, відкриття зборів за потребами певних громадян чи військових), тимчасово переміщені особи (вікова група: 18 – 65 років.

Інтереси: інформування про допомогу, надання житла, оновлення інформації щодо виплат, медична допомога тощо), пенсіонери (вікова група: 60+ років. Інтереси: соціальні та культурні питання, місцеві новини, здоров'я).

Комунікативними каналами медіа є газета (придбати її можна за допомогою передплати Укрпошти або ж у роздріб, розповсюдження діє тільки у Запорізькій області), офіційний сайт, Telegram-канал та сторінка Fesebook.

Серед ресурсних витрат є фінансові, матеріальні (оренда приміщення, офісне обладнання тощо), людські ресурси (брак працівників тощо) та непередбачувані витрати (ремонт техніки тощо).

3. Етапи створення інформаційного продукту (для кожної публікації) охопили: пошук цікавої теми (теми ми обирали самостійно), пошук спікера, який погодиться розповісти свою історію (були проблеми з пошуком спікерів за обраною темою, адже не кожен готовий поділитися певним періодом свого життя), написання орієнтовних запитань, проведення розмови зі спікером, отримання необхідного матеріалу та фото, написання матеріалу та відправка до редакції.

4. Інформаційний продукт представлено у газеті «Голос Гуляйпільля». Цикл публікацій створювався протягом 5 місяців, матеріали публікувалися двічі на місяць. Практичне значення створеного циклу матеріалів соціальної тематики полягає у безперевному інформуванні мешканців прифронтового регіону, фіксування історій мешканців Гуляйпільщини в умовах війни, висвітлення соціальних викликів, досвіду виживання, адаптації та взаємопідтримки. Таким чином, у створеному циклі матеріалів пролунали думки громадян Гуляйпільщини, які часто залишаються поза фокусом уваги національних медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. В онлайн-медіа домінують національні новини, місцеві відходять у тінь. Дослідження ІМІ. Інститут масової інформації. 10.02.2025. URL: <https://imi.org.ua/news/v-onlajn-media-dominuyut-natsionalni-novyny-mistsevi-vidhodyat-v-tin-doslidzhennya-imi-i66536>
2. Василенко М. Журналістика в екстремальних умовах. Трансформація жанрів. *Образ*. 2023. Вип. 1 (41). С. 25 – 35.
3. Виговська Н. Війна і незалежність: як запорізькі медіа допомагають суспільству розвивати демократію. Інститут масової інформації. 13.09.2023. URL: <https://imi.org.ua/blogs/vijna-i-nezalezhnist-yak-zaporizki-media-dopomagayut-suspilstvu-rozvyvaty-demokratiyu-i55078>
4. Від екстрених заходів до стратегічних рішень. Дослідження критичних потреб місцевих медіа України в умовах кризи та війни. Київ, 2025. 16 с.
5. Вольф Ф. Журналістика газет і журналів. вид. 2-ге, перероб.; пер з нім. В. Климченко. К. : Центр вільної преси, 2017. 377 с.
6. Вплив медіа на формування довіри громадян до влади в період Війни. URL: https://www.researchgate.net/publication/372013562_Vpliv_media_na_formuvanna_doviri_gromadan_do_vladi_v_period_vijni
7. Голік О. В. Взаємодія та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості / Голік Оксана Василівна : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій; 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Київ, 2009. 20 с.
8. Гончаренко Є.С. Проблеми розвитку регіональних ЗМІ в умовах війни в Україні. *Політикус*. 2024. Вип. 4. С. 43 – 50.

9. Гоцур О. Особливості функціонування медіаринку України в умовах війни(лютий-вересень 2022 року). *Communications and Communicative Technologies*. 2022. Вип. 22, С. 47–53.
10. Дрешпак В.М. Жанрові моделі місцевих газет України (на прикладі видань Дніпра та Харкова). *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Вип. 45. С. 183 – 191.
11. Дрешпак В.М. Підходи до формування фінансових ресурсів регіональних медіа України у сучасних умовах. Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: матер. V Всеукраїнської науково-практичної конференції, Запоріжжя, 14 – 15 трав. 2024 р. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. С.130 – 134.
12. Дрешпак В.М. Управління змінами жанро-тематичної моделі місцевого медіа: нові запити аудиторії у час війни. Цифрове суспільство: міжнародні економічні відносини, управління, фінанси та соціум: матер. міжнародної наук.-практ. конф., Дніпро. 2 трав. 2024 р. Дніпро : УМСФ, 2024. С. 342 – 344.
13. Жугай В. Висвітлення російсько-української війни 2022 року у ЗМІ. Європейський вибір України, розвиток науки та національна безпека в реаліях масштабної військової агресії та глобальних викликів ХХІ століття. 2022. Т. 1. С. 847–851.
14. Локальні медіа: успіхи й досягнення року. URL: <https://nsju.org/misczevimedia/lokalni-media-uspiky-j-dosyagnennya-roku/>
15. Менше джинси – краща якість? Як українські регіональні ЗМІ дотримувалися стандартів у серпні 2024. Інститут демократії імені Пилипа Орлика. Звіти. URL: <https://idpo.org.ua/reports/5973-menshe-dzhynsi-krashha-yakist-yak-ukraïnski-regionalni-zmi-dotrimuvalisya-standartiv-u-serpni-2024.html>
16. Мощенко Ю.О. Українські локальні прифронтові медіа: проблеми діяльності та актуальна воєнна тематика. Економіко-правові та управлінсько-

технологічні виміри сьогодення: Молодіжний погляд : матер. Міжнарод. наук.-практ. конф. 08 листоп. 2024 р. : у 2 т. Т. 2. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. С. 344 – 346.

17. НСЖУ: 26% українських регіональних медіа працюють без зарплат: дослідження НСЖУ про критичний стан галузі (опубліковано: 8 квітня 2025 року) URL: <https://nsju.org/novini/26-ukrayinskyh-regionalnyh-media-praczyuyut-bez-zarplat-doslidzhennya-nszhu-pro-krytychnyj-stand-galuzi/>

18. Новинні пустелі в Україні. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/novinni-pusteli-v-ukrayini#about>

19. Офіційна сторінка газети «Голос Гуляйпілья» URL: <https://gylyajpole.city/>

20. Офіційний Telegram - канал «Голос Гуляйпілья» URL: <https://t.me/gylyajpolecity>

21. Паславський І. Українська періодика: виклики воєнного часу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Журналістика*. 2023. № 2 (6). С. 23 – 32.

22. Регіональні медіа України на третьому році повномасштабної війни. Дослідження особливостей роботи локальних редакцій. Київ: Інтерньюз-Україна, 2024. 80 с.

23. Стеблина Н. Українські регіональні медіа під час війни: кримінал та «соціалька» повертають свої позиції. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/200634/2022-07-01-ukrainski-regionalni-media-pid-chas-viyny-kryminal-ta-sotsialka-povertayut-svoi-pozytsii/>

24. Сторінка «Голос Гуляйпілья» на Facebook URL: <https://www.facebook.com/share/18eLPgAGCy/?mibextid=wwXIfr>

25. Тетяна Велика: «Прифронтові медіа на межі виживання, допомога

потрібна вже на вчора». НСЖУ. 07.03.2025. URL:
<https://nsju.org/novini/tetyana-velyka-pryfrontovi-media-na-mezhi-vyzhyvannya-dopomoga-potribna-vzhe-na-vchora/>

26. Чабаненко М. Поняття «новини» у сприйнятті українців під час війни. *Український інформаційний простір*, 2023. Вип. 2(12), С. 108–123.