

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

ННІ/факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	міжнародних відносин
Спеціальність	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Форма навчання	денна

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

Еккерт Елізи Едуардівни

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

на тему

**Регіональне медіа як інструмент міжнародної
адвокації та гуманітарної дипломатії:
трансформація змісту та функцій в умовах
повномасштабного вторгнення**

(повна назва теми)

за матеріалами

онлайн-медіа «Експерт-КР»

(повна назва бази дослідження)

науковий керівник

к.е.н., доцент

(наук. ступінь, вчене звання)

(підпис)

К. СЛЮСАРЕНКО

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

Робота допущена до захисту в ЕК

Протокол засідання кафедри
від «08» червня 2026 р. № 12

Завідувач кафедри

(підпис)

д.е.н., доцент

Наук. ступінь, вчене звання

І. МАКСИМОВА

Ініціал, ПРІЗВИЩЕ

Кривий Ріг – 2026

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ**

ННІ/факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	міжнародних відносин
Спеціальність	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Форма навчання	денна

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач
кафедри

(підпис) **І. МАКСИМОВА**
(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)
«23» червня 2026 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ
Еккерт Елізи Едуардівни**

1. Тема роботи **Регіональне медіа як інструмент міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії: трансформація змісту та функцій в умовах повномасштабного вторгнення**

Керівник роботи Слюсаренко Катерина Володимирівна, к.е.н.
затверджено наказом закладу вищої освіти від **«06» квітня 2026 р. № 233-ст**

2. Строк подання здобувачем роботи до **«23» червня 2026 р.**

3. Зміст кваліфікаційної бакалаврської роботи, об'єкт, предмет та мета дослідження:

Розділ 1. Теоретичні основи дослідження медіа як інструменту міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії

Розділ 2. Трансформація функцій та контенту онлайн-медіа «Експерт-КР» у системі міжнародних комунікацій

Розділ 3. Прикладне проєктування комунікаційних стратегій регіональних медіа в галузі міжнародної адвокації

Об'єкт дослідження: процеси міжнародної адвокатури та гуманітарної дипломатії в умовах повномасштабного вторгнення

Предмет дослідження: трансформація змісту, функцій та комунікаційних практик регіональних медіа як інструменту міжнародної адвокатури та гуманітарної дипломатії в умовах повномасштабного вторгнення.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи: теоретичне обґрунтування та практичний аналіз трансформації змісту і функцій регіонального медіа як інструменту міжнародної адвокатури та гуманітарної дипломатії в умовах повномасштабного вторгнення на прикладі онлайн-медіа «Експерт-КР», а також розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності його міжнародної комунікаційної діяльності.

5. Дата видачі завдання «06» квітня 2026 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної бакалаврської роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка керівника про виконання етапів (дата, підпис)
1	Підготовка розділу 1	24.04.2026 р.	24.04.2026 р.
2	Підготовка розділу 2	11.05.2026 р.	11.05.2026 р.
3	Підготовка розділу 3	01.06.2026 р.	01.06.2026 р.
4	Перевірка кваліфікаційної бакалаврської роботи на наявність ознак академічного плагіату за допомогою програми StrikePlagiarism	до 08.06.2026 р.	08.06.2026 р.
5	Отримання відгуку від наукового керівника	до 19.06.2026 р.	19.06.2026 р.
6	Подання кваліфікаційної роботи на перегляд завідувачу кафедри	до 22.06.2026 р.	22.06.2026 р.
7	Реєстрація завершеної кваліфікаційної роботи	23.06.2026 р.	Реєстраційний № 4 «23» червня 2026 р.
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі	23.06.2026 р.	23.06.2026 р.
9	Підготовка до захисту в ЕК	до 24.06.2026 р.	до 24.06.2026 р.

Завдання підготував науковий керівник

_____ (підпис)

К. СЛЮСАРЕНКО

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

Завдання одержав

_____ (підпис)

Е. ЕККЕРТ

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

АНОТАЦІЯ

Еккерт Еліза Едуардівна. Регіональне медіа як інструмент міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії: трансформація змісту та функцій в умовах повномасштабного вторгнення. – Рукопис. Кваліфікаційна бакалаврська робота за спеціальністю 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. Кривий Ріг, 2026.

91 с., 3 табл., 10 рис., 34 літ. джерела, 5 додатків.

Кваліфікаційну бакалаврську роботу присвячено відображенню процесів трансформації змісту та функцій регіональних медіа в умовах повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та практичний аналіз еволюції локального медіа як дієвого інструменту міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії на прикладі онлайн-медіа «Експерт-КР», а також розробка комунікаційних рекомендацій щодо підвищення ефективності його транскордонної діяльності.

Методологічна база роботи спирається на комплексне застосування методів кейс-стаді, контент-аналізу, дискурс-аналізу, а також порівняльного аналізу аудіовізуальних матеріалів за докризовий та воєнний періоди.

У результаті дослідження доведено, що під тиском воєнних викликів регіональні редакції здатні еволюціонувати від статусу традиційних ретрансляторів місцевих новин до ролі проактивних недержавних акторів міжнародної гуманітарної дипломатії. Емпіричний аналіз онлайн-медіа «Експерт-КР» засвідчив радикальну зміну контент-стратегій: фокус змістився на документування воєнних злочинів і гуманітарних криз, відбулася зміна наративів із віктимізації на демонстрацію життестійкості громад, а стандартні телевізійні формати замінила емоційна кінодокументалістика.

У роботі розроблено та науково обґрунтовано інноваційну транскордонну комунікаційну модель для регіонального медіа. Її основою є сегментація іноземної аудиторії, принцип модульного пакування контенту

(відеопітчинги для донорів, B-roll архіви для іноземних медіа, розгорнуті документальні есеї) та використання алгоритмів гібридної B2B-дистрибуції.

Практичне значення отриманих результатів полягає в успішній апробації розробленого підходу на прикладі адвокаційної кампанії для деокупованої Високопільської громади, що доводить здатність моделі конвертувати інформаційний капітал медіа у реальні фінансові ресурси на відбудову.

Додатково запропоновано комплексну систему управління інституційними, цифровими та операційними ризиками для забезпечення сталості роботи медійників в умовах війни.

Ключові слова: регіональні медіа, міжнародна адвокація, гуманітарна дипломатія, кризові комунікації, контент-аналіз, транскордонна стратегія, відновлення громад.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТУ МІЖНАРОДНОЇ АДВОКАЦІЇ ТА ГУМАНІТАРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ	11
1.1. Роль регіональних медіа у кризових, конфліктних та міжнародних комунікаціях	11
1.2. Концептуалізація міжнародної адвокації, гуманітарної дипломатії та медіа як їх інструменту	16
1.3. Методологія дослідження трансформації контенту та функцій медіа	25
Висновки до розділу 1	30
РОЗДІЛ 2. ТРАНСФОРМАЦІЯ ФУНКЦІЙ ТА КОНТЕНТУ ОНЛАЙН-МЕДІА «ЕКСПЕРТ-КР» У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ КОМУНІКАЦІЙ	32
2.1. Характеристика онлайн-медіа «Експерт-КР» та формування емпіричної бази дослідження	32
2.2. Трансформація контент-стратегій: дискурс-аналіз, наративи та зміна тематичних пріоритетів в умовах повномасштабного вторгнення	40
2.3. Механізми міжнародної адвокації та партнерства онлайн-медіа «Експерт-КР»	47
Висновки до розділу 2	50
РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДНЕ ПРОЄКТУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА В ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОЇ АДВОКАЦІЇ	52
3.1. Комунікаційна модель посилення міжнародної адвокаційної діяльності онлайн-медіа «Експерт-КР»	52
3.2. Механізми впровадження комунікаційної моделі: розробка перспективного адвокаційного спецпроєкту для онлайн-медіа «Експерт-КР»	60
3.3. Практичні рекомендації щодо підвищення ефективності та управління інформаційними ризиками в міжнародній адвокаційній діяльності регіональних медіа	65
Висновки до розділу 3	73
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80
ДОДАТКИ	83

ВСТУП

Повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну 24 лютого 2022 року стало не лише безпрецедентним викликом для держави та суспільства, але й суттєво трансформувало інформаційний простір країни. В умовах війни медіа набули особливого значення як інструмент оперативного інформування населення, протидії дезінформації, формування суспільної стійкості та донесення українського порядку денного до міжнародної спільноти.

Поряд із національними засобами масової інформації важливу роль у цих процесах почали відігравати регіональні медіа. Завдяки безпосередній близькості до місцевих громад вони отримали можливість фіксувати наслідки війни на локальному рівні, висвітлювати гуманітарні потреби населення, документувати воєнні злочини та транслювати історії громад, які опинилися в зоні бойових дій або зазнали суттєвих соціально-економічних втрат. У результаті регіональні медіа поступово виходять за межі традиційної інформаційної функції та стають учасниками ширших комунікаційних процесів, пов'язаних із міжнародною адвокацією та гуманітарною дипломатією.

У сучасних умовах міжнародна підтримка України значною мірою залежить від здатності привертати увагу міжнародної громадськості до конкретних проблем людей і громад. Саме тому особливого значення набуває діяльність медіа, які здатні формувати переконливі наративи, актуалізувати гуманітарні виклики та забезпечувати комунікаційний зв'язок між локальними спільнотами, міжнародними партнерами, благодійними організаціями та донорами. У цьому контексті регіональні медіа дедалі частіше виконують функції, характерні для міжнародної адвокації: привертають увагу до потреб громад, сприяють залученню зовнішньої підтримки та формують міжнародне розуміння наслідків війни для окремих територій.

Теоретичні засади взаємозв'язку медіа, міжнародних комунікацій,

адвокації та дипломатії розглядаються у працях М. Маклюєна, Е. Гілбоа, Ф. Сейба, М. Кек, К. Сіккінк, П. Робінсона та інших дослідників. Водночас питання трансформації функцій українських регіональних медіа в умовах повномасштабного вторгнення та їхньої ролі як інструменту міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії залишається недостатньо дослідженим. Особливої уваги потребує аналіз практичних механізмів, за допомогою яких регіональні медіа можуть впливати на міжнародний інформаційний порядок денний та сприяти залученню підтримки для постраждалих громад.

Актуальність зазначеної проблематики, її теоретична та практична значущість зумовили вибір теми кваліфікаційної роботи.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та практичний аналіз трансформації змісту і функцій регіонального медіа як інструменту міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії в умовах повномасштабного вторгнення на прикладі онлайн-медіа «Експерт-КР», а також розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності його міжнародної комунікаційної діяльності.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- дослідити еволюцію наукових підходів до визначення ролі регіональних медіа в кризових, конфліктних та міжнародних комунікаціях;
- розкрити сутність понять «міжнародна адвокація», «гуманітарна дипломатія», «регіональні медіа» та визначити їх взаємозв'язок у сучасному медійному середовищі;
- узагальнити теоретичні підходи до аналізу трансформації функцій медіа в умовах збройних конфліктів;
- обґрунтувати методологічний інструментарій дослідження трансформаційних процесів у діяльності регіональних медіа;
- здійснити аналіз діяльності онлайн-медіа «Експерт-КР» як суб'єкта міжнародної інформаційної взаємодії;
- дослідити трансформацію контенту, тематичних пріоритетів та функціонального навантаження медіа в умовах повномасштабного вторгнення;

- проаналізувати практики міжнародної комунікації та адвокаційної діяльності онлайн-медіа «Експерт-КР»;
- розробити модель транскордонної комунікаційної стратегії для регіонального медіа;
- запропонувати практичні рекомендації щодо посилення міжнародної адвокаційної діяльності регіональних медіа та управління інформаційними ризиками.

Об'єктом дослідження є процеси міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії в умовах повномасштабного вторгнення.

Предметом дослідження є трансформація змісту, функцій та комунікаційних практик регіональних медіа як інструменту міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії в умовах повномасштабного вторгнення.

Теоретичною основою дослідження стали наукові праці українських та зарубіжних учених у сфері міжнародних комунікацій, журналістики, медіадосліджень, міжнародної адвокації, публічної та гуманітарної дипломатії.

Для досягнення поставленої мети використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Системний підхід застосовано для комплексного аналізу ролі регіональних медіа у системі міжнародних комунікацій. Метод наукового узагальнення використано для опрацювання теоретичних підходів до розуміння міжнародної адвокації, гуманітарної дипломатії та трансформації функцій медіа. Метод кейс-стаді дозволив здійснити поглиблений аналіз діяльності онлайн-медіа «Експерт-КР». Контент-аналіз використано для дослідження тематичної структури, наративів та функціональних характеристик медіаконтенту у різні періоди діяльності редакції. Порівняльний аналіз застосовано для виявлення змін у змісті та функціях медіа до та після початку повномасштабного вторгнення. Метод концептуального моделювання використано під час розробки моделі транскордонної комунікаційної стратегії для регіонального медіа.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові публікації українських і зарубіжних авторів, аналітичні матеріали міжнародних

організацій, дослідження громадських інституцій у сфері медіа, матеріали онлайн-медіа «Експерт-КР», а також контент офіційних цифрових платформ редакції.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання запропонованих рекомендацій та розробленої комунікаційної моделі регіональними медіа для підвищення ефективності міжнародної адвокаційної діяльності, посилення взаємодії з міжнародними партнерами та більш ефективного представлення інтересів територіальних громад на міжнародному рівні.

Апробація результатів дослідження здійснювалася шляхом представлення окремих положень роботи на II Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Журналістика XXI століття: виклики та перспективи».

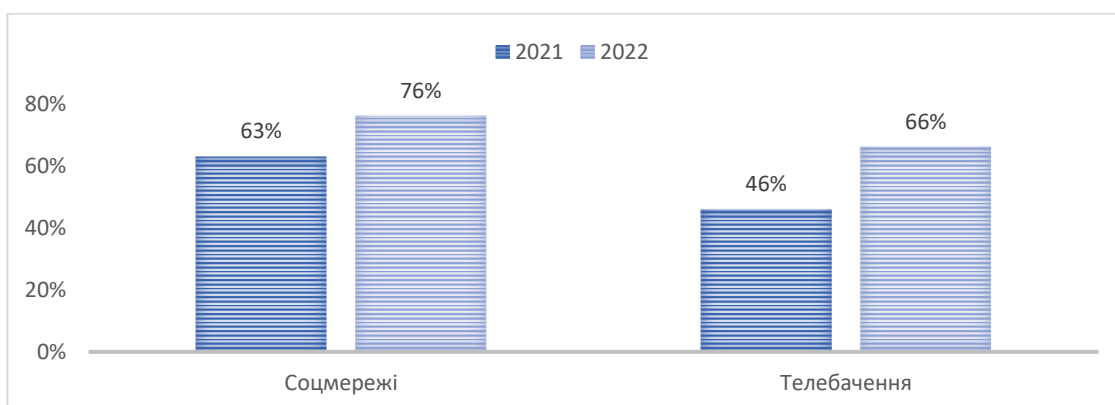
РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТУ МІЖНАРОДНОЇ АДВОКАЦІЇ ТА ГУМАНІТАРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

1.1. Роль регіональних медіа у кризових, конфліктних та міжнародних комунікаціях

Початок повномасштабного вторгнення росії на територію України став переломним етапом у функціонуванні інформаційного простору України. Війна кардинально змінила життя кожного українця, суттєво вплинувши на всі аспекти нашого життя. У перші, найбільш хаотичні та емоційно найважчі, дні споживання новинного контенту різко зросло, що посилює роль медіа як джерела орієнтації в кризовій ситуації.

Наприклад, у листопаді 2021 року до соцмереж зверталися лише близько 63% опитаних, а з початком активних бойових дій новини у соцмережах стали читати ще понад 13% громадян України (рис.1.1). Так само зросла й частка телебачення: у листопаді новини з телевізора дізнавалися близько 46% респондентів, а у травні до них додалося ще понад 20% [22]. Це стало справжнім викликом як і для населення, так і для працівників медіа.



**Рис. 1.1. Порівняння споживання новинного контенту в Україні у
2021-2022 рр.**

Примітка. Джерело: Розроблено із використанням [22]

Робота засобів масової інформації перейшла на цілодобовий формат. Редакції адаптувалися до кризових умов, реорганізувавши усталені алгоритми роботи для забезпечення оперативного поширення офіційних оголошень. У телевізійному просторі було ініційовано трансляцію національного марафону «Єдині новини», який об'єднав найбільші телеканали країни для безперервного інформування громадськості. На початковому етапі війни консолідація офіційної інформації на єдиній платформі була стратегічно виправданим рішенням. Водночас загальнонаціональний формат мовлення об'єктивно обмежував можливість всебічного висвітлення подій у регіонах. Зокрема, це стосується інформування про розташування найближчих укриттів, алгоритми допомоги внутрішньо переміщеним особам та координацію збору матеріальної підтримки для військовослужбовців. Ці інформаційні потреби задовольняли регіональні ЗМІ, які зосереджувалися на запитах територіальних громад своїх міст і регіонів. Поширення вузькоспеціалізованої локальної інформації, яка залишалася поза увагою національного телевізійного марафону, сприяло мобілізації населення для волонтерської діяльності, участі в тренуваннях з тактичної медицини та інших громадських ініціативах.

Робота регіональних медіа часто залишається непомітною і по теперішній час, багато людей навіть не знає про існування певного медіа у своєму місті. Тому актуальність дослідження регіонального медіа як інструменту міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії обумовлена необхідністю розуміння як влаштоване регіональне медіа, які в нього можливості і як кризові ситуації в суспільстві та країні впливають на їхню роботу. Це дозволить не лише оцінити їхній поточний стан роботи в умовах повномасштабного вторгнення, а й розкрити для людей недооцінений потенціал регіональних медіа, який вони можуть запропонувати не лише суспільству певного регіону, а й закордоном. Зокрема, підвищення ефективності гуманітарної дипломатії. Цей напрям є важливим, оскільки регіональні медіа глибоко інтегровані у свої громади і як ніхто знаються на реальних проблемах і потребах місцевих мешканців. Тому, завдяки зібраний

журналістами інформації, можна раціонально та більш цілеспрямовано направляти міжнародну донорську допомогу, щоб вона потрапляла саме туди, де буде потрібніша.

Формування дієвої стратегії міжнародної адвокації регіональних медіа також є дуже важливим напрямом для публічної дипломатії. Згідно дослідженню MDF Research Lab, станом на листопад 2025 року 46% опитаних українців зізналися, що упродовж останніх шести місяців уникали новин про війну [21]. Ця тенденція веде до того, що наше суспільство, а тим паче іноземне, просто перестають цікавитись тим, що відбувається задля збереження емоційної рівноваги. Натомість контент регіональних медіа сприймається зовсім по іншому, оскільки локальні ЗМІ націлені на історії конкретних людей і такий формат сприймається значно легше, ніж суха статистика чи новина. Живі, реальні історії людей мають потужний вплив на іноземних донорів для яких важливо на власні очі побачити що відбувається насправді і як це впливає на життя українців. Таким контентом можна залучити більше підтримки міжнародних організацій та партнерів, якщо правильно вибудувати цю систему.

На підставі вищевикладеного, можна сформулювати основну проблему: через недостатньо вивчені механізми та роботу регіональних медіа в умовах війни, вони не мають достатнього впливу на міжнародну спільноту попри весь свій існуючий потенціал. Міжнародні інституції та донорські організації, плануючи програми допомоги для України, переважно покладаються на публікації національних або глобальних медіа, які представляють макрорівень проблем і потреб держави. На противагу цьому, контент, створений регіональними медіа значно рідше привертає увагу іноземних донорів. Існує стійке уявлення про обмежену роль регіональних медіа, що вони транслують новини, які цікаві лише місцевим мешканцям. З початком повномасштабного вторгнення все змінилось і тепер локальні ЗМІ мають значно більший сенс і вплив, ніж може здаватись.

Для дослідження окресленої проблеми необхідно провести аналіз уже

наявних досліджень науковців стосовно особливостей роботи та трансформації регіональних медіа в умовах повномасштабного вторгнення. В умовах війни місцеві медіа стикнулись з певними викликами, які ми зараз розглянемо на основі наявних досліджень.

Ключовим викликом для функціонування медіаринку стало стрімке погіршення безпекової ситуації внаслідок активних бойових дій, що призвело до припинення діяльності значної кількості редакцій. За даними Інституту масової інформації, станом на листопад 2024 року, за період повномасштабного вторгнення РФ роботу припинили 329 українських медіа, з яких відновити діяльність вдалося лише 52 [1] (рис.1.2).



Рис.1.2. Співвідношення закритих медіа до тих, які змогли відновити роботу у 2024 р.

Примітка. Джерело: Розроблено із використанням [1]

Серед головних причин закриття фіксуються: тимчасова окупація територій (117 медіа), фінансові труднощі (96) та безпосередні бойові дії, що унеможливають роботу журналістів (82). Інші фактори, зокрема релокація персоналу та логістичні проблеми, зумовили закриття ще 29 редакцій [1] (рис.1.3).

Окрім безпекових та фінансових ризиків, вагомим фактором впливу на продуктивність індустрії залишається психоемоційний стан фахівців, які продовжують діяльність в умовах воєнного стану. Згідно з дослідженням стану українських регіональних медіа, проведеним Media Development

Foundation у 2024 році (вибірка - 60 незалежних локальних редакцій), 62% опитаних оцінюють психоемоційний стан своїх команд як середній.



Рис.1.3. Причини закриття медіа у 2024 р.

Примітка. Джерело: Розроблено із використанням [1]

Водночас 26% колективів перебувають у стані постійного стресу та напруженості, і лише 12% визначають психологічний стан як здебільшого позитивний. [2]

Ще одним викликом стала фінансова нестабільність, яка торкнулась більшості регіональних медіа з початку повномасштабного вторгнення. Криза на рекламному ринку, падіння обсягу продажів контенту, припинення надходжень від комерційної реклами та скорочення донорської міжнародної підтримки - саме такі фінансові втрати окреслила керівниця дослідницького відділу Львівського медіафоруму Ольга Білоусенко. У 2022 році скоротились сумарні загальні доходи медіа на -44%, а чистий дохід упав на -54%. За інформацією експертів компанії YouControl темпи падіння доходів у перший рік масштабних воєнних дій на медіаринку були більш значними, ніж в середньому по решті секторів економіки. Упродовж 2023 року показники доходів почали відновлюватися. Зростання становило +50% і +56% відповідно. З іншого боку сумарне падіння доходів медіа за понад два роки війни все ще становить -16% і -28%, якщо порівнювати 2023 рік із базовим і умовно «мирним» 2021 роком. [3] Стикаючись з нестачею фінансових ресурсів, якісні

та кількісні показники медіавиробництва були безпосередньо порушені, що змусило редакції оптимізувати формати та перейти до створення менш ресурсомісткого контенту.

Набір викликів, представлених воєнним станом, став каталізатором глибокої інституційної та функціональної трансформації регіональних медіа. Адаптація до нових умов виявилася критично необхідною для підтримання оперативної спроможності редакцій та продовження виконання їхніх інформаційних та соціальних завдань. Цей процес системної реструктуризації триває, але навіть на поточному етапі він демонструє вимірювані практичні результати.

1.2. Концептуалізація міжнародної адвокації, гуманітарної дипломатії та медіа як їх інструменту

У сучасній теорії міжнародних відносин та глобальних комунікаціях медіа характеризуються як незалежні недержавні актори з інституційною суб'єктністю, здатні безпосередньо ініціювати, формувати та/або змінювати хід міжнародних політичних процесів, діючи паралельно або в опозиції до традиційної державної дипломатії. [18] У системі міжнародних відносин медіа еволюціонували до статусу повноцінних учасників дипломатичного процесу. Ейтан Гілбоа визначає це явище як "медіа-дипломатія", в якій журналісти виступають як незалежні посередники та переговорники. Крім того, як зазначають М. Кек та К. Сіккінк, медіа виступають як критично важливі актори в транснаціональних адвокаційних мережах - вони мобілізують міжнародну спільноту через збирання ексклюзивних фактів та створення резонансних мікронаративів. [8]

Необхідно розглянути такі поняття, як "регіональний" та "регіон". За змістом, "регіон" є багатогранним і багатовимірним поняттям. Але найбільш загальне уявлення про "регіон" полягає в тому, щоб розглядати його як

територіальну умову, і таким чином територіальний аспект має бути сприйнятий у ньому як основний. Це визначення використовується більшістю авторів, які поєднують регіоналізм з різними вимірами життя. "Але регіон ніколи не повинен означати територію."

Політолог Ю. Остапець зазначив, що однією з найвпливовіших рис, що відрізняє один регіон від іншого, є регіональна ідентичність, яку він пояснив як усвідомлення того, що культурна, історична, етнічна відособленість і певний регіон є особливими. [4]

У цьому сенсі регіональні медіа - це медіа, робота яких пов'язана з певним регіоном; їхній офіс редакційного контролю розташований у місцевій області інтересу; вони в першу чергу орієнтовані на місцевого споживача інформації, і тому публікації в основному спрямовані на виробництво інформації про конкретну область. Але в сучасних віртуальних умовах перші два показники вже не є актуальними. Тим не менш, вирішальною умовою залишається інформаційне наповнення.

Таким чином, виникає багато визначень регіональних медіа. Л. Змій узагальнила, як виглядає концепція "регіональних засобів масової комунікації". Вона визначила їх як друковані медіа та електронні засоби масової комунікації, які зареєстровані та діють у певній області (або групі областей), виробляють медіапродукти (новини, аналіз, розваги тощо), орієнтовані на аудиторію в регіоні, висвітлюють події та явища в регіоні, відображають явно або опосередковано специфічну культуру, соціальний та історичний досвід, регіональні та реляційні взаємодії, а також громаду на місцевому рівні. [5]

За словами науковиці І. Чорної, регіональні ЗМІ представляють медіа як засоби обслуговування окремих тем суб'єкта, специфічних для нашої країни, та періодичних видань для частини держави, з якою пов'язаний суб'єкт. Регіональна преса описується як друковані видання, що видаються в будь-якій частині країни або як ті, що мають більш виражений місцевий характер і видаються в окремому місті. Громадяни покладаються на регіональну пресу,

щоб дізнатися про важливі події у своєму місті та області; про політику місцевої влади, досягнення та зміни місцевих освітніх, медичних та інших державних установ тощо [6].

Тепер, коли поняття «медіа» та «регіональні медіа» були уточнені у їх багатовимірності в контексті цифрової трансформації, логічним кроком є перехід до аналізу міжнародних процесів, у які вони інтегровані сьогодні. У сучасному глобалізованому світі, коли гіперлокальний контент може миттєво перетинати національні кордони, місцеві медіа виходять за межі простого інформування своєї спільноти. Вони стають ефективним інструментом для впливу на міжнародний порядок денний. Щоб глибоко зрозуміти цей механізм, особливо в часи криз і конфліктів, необхідно розкрити сутність понять «міжнародна адвокація» та «гуманітарна дипломатія», які під впливом комунікаційних технологій набувають нових форм.

Термін «адвокація» походить від англійського слова *advocacy*, яке можна перекласти як рекомендація, підтримка, аргументація, просування чогось. Окрім свого прямого значення в англійській мові, він набув певного концептуального значення, яке позиціонує адвокацію як специфічний вид діяльності з характерними рисами, зазвичай спрямований на соціальні питання. Адвокація є вираженням вимоги вирішити гострі проблеми, що виникають у суспільстві, або створити комплексну відповідь на системні негаразди чи кризи. Індивід або група осіб, які опинилися в складній ситуації, або які усвідомлюють існування певної проблеми, не завжди мають можливість вирішити цю проблему. Тому виникає потреба в пошуку та впливі на особу, яка має повноваження вирішити це питання. Отже, визначальною рисою адвокації є вплив на особу, яка приймає рішення. [7]

У сучасній науковій мові існують різні підходи до її розуміння: інституційно-політичний та комунікативно-медійний. TAN (Transnational Advocacy Networks) є моделлю міжнародної адвокації з інституційно-політичної перспективи. Авторки цієї концепції М. Кек і К. Сіккінг називають їх асоціаціями недержавних акторів (громадські організації, незалежні медіа,

активісти, інтелектуали та профспілки), які об'єднані не економічними інтересами, а спільними цінностями та принципами. Ці мережі мають єдину мету, а саме змінити поведінку потужних інституцій (урядів інших держав або міжнародних організацій, таких як ООН або Світовий банк). Оскільки недержавні актори не мають традиційних важелів влади (наприклад, армій або великих фінансів), інформація стає їхньою головною і єдиною зброєю. [8]

Дослідниці М. Кек і К. Сіккінк визначають чотири основні механізми такого впливу. Але зараз, з огляду на сучасні кризи та збройні конфлікти, саме два з них - інформаційна та символічна політика - найкраще відображають природу практик мас-медіа в їхній суті.

Згідно з класичним визначенням М. Кек і К. Сіккінк, інформаційна політика - це здатність генерувати політичну та соціальну інформацію вчасно та надійно, з високим впливом. У цьому контексті інформація - це не новини чи констатація факту, а ефективний інструмент тиску та доказова основа. Для більшості адвокацій ця політика повинна задовольняти деякі фундаментальні критерії, які ідеально повинні застосовуватися через засоби регіональних медіа.

Символічна політика - це здатність недержавних акторів використовувати конкретні інциденти, фотографії або людські історії як потужні символи, які допомагають іноземній аудиторії сприймати масштаб і трагедію абстрактної ситуації. [8] Основна роль символічної політики полягає в зменшенні психологічної дистанції між постраждалими українцями та європейськими чи американськими донорами. Регіональні новинні видання, які налаштовані на місцеві умови, пишуть матеріали або медіа, які викликають прямі почуття («ефект емпатії»). Показуючи зруйновану місцеву школу, журналісти апелюють до базових цінностей західного суспільства — права на освіту та захист дітей. А успішний символ стає каталізатором дій.

Отже, дії регіональних медіа в умовах збройного конфлікту є класичним прикладом ефективної транснаціональної адвокації. Синергія цих двох політик є нерозривною, і разом вони забезпечують ефективну роботу місцевих

журналістів на міжнародному рівні. Інформаційна політика надає перевірену доказову базу, яка задовольняє вимоги офіційних організацій та донорів. І водночас символічна політика надає цим фактам емоційного багатства, створюючи таку громадську думку за кордоном, яка мобілізує політичну волю для надання допомоги. Місцеві редакції більше не є лише хронікерами подій, а стають суб'єктами міжнародної адвокації.

Якщо інституційно-політичний метод зосереджується на функціях громадських об'єднань та мереж захисту прав людини, то комунікативно-медійний метод ставить медіа в центр процесу міжнародного впливу. Але в сучасні часи інформаційних воєн та масових гуманітарних катастроф класична відсторонена журналістика, яка так часто зображується як нейтральна і незворушна, значною мірою є недостатньою з одного боку: захисту інтересів постраждалих спільнот. На її місце приходить ідея «медійної адвокації» — підхід до медіа як не просто пасивного «дзеркала» явищ, а активного учасника соціальних змін і потужного засобу тиску на центри прийняття рішень. [9] Основні концепції цієї теорії були сформульовані в контексті західних досліджень комунікацій з конкретним посиланням на американських вчених Лоуренса Воллака та Девіда Джернігана. За їхньою логікою, медійна адвокація - це навмисне і стратегічне використання мас-медіа для підтримки суспільних порядків денних, політичних проектів або гуманітарних зусиль. Медійна адвокація означає зміщення фокусу з індивідуального на системний. Журналістика адвокації, таким чином, замість того, щоб висвітлювати трагедію в ізольованій, епізодичній, індивідуальній манері, розглядає її як результат більш широкої проблеми, яку повинні вирішувати інституції управління, щоб стати відповідальними. Це те, від чого регіональні медіа, зокрема, можуть отримати користь. Такий спосіб бачення катастрофи є вирішальним для розуміння всього українського досвіду у справі повномасштабної війни, що відбувається тут. Відкидаючи відповідальність пасивних спостерігачів, місцеві редакційні офіси використовують інструменти медійної адвокації, щоб надати «голос» маргіналізованим спільнотам і

перетворити мікронаративи їхніх мешканців на своєрідні докази для залучення міжнародної допомоги.

Медіа мають багато специфічних інструментів комунікації, за допомогою яких регіональні ЗМІ реалізують медіа-адвокацію та сприяють соціальним змінам. У межах теорії масових комунікацій звичайний новинний контент перетворюється на ефективний інструмент міжнародного впливу через чотири фундаментальні механізми: стратегічне кадрювання, встановлення порядку денного, персоналізація емоцій та підсилення голосу безголосих і публічна відповідальність та репутаційний тиск. Розглянемо кожен з цих механізмів

Центральна ідея стратегічного кадрювання була розроблена Ентманом, який визначає кадрювання як процес вибору певних аспектів реальності та надання їм більшої ваги в комунікативному тексті для просування конкретної інтерпретації проблеми. [10] Американський політолог Шанто Айенгар вивчав перехід від «епізодичного» до «тематичного» кадру в медіа-адвокації для його значення для медіа-адвокації, необхідності виходу за межі «епізодичного» кадру та вивчав цей процес вичерпно. [11] Замість руйнування школи в межах регіону як ізольованої локальної трагічної події (епізодичний кадр), регіональні медіа натомість розміщують школу в контексті ширшого систематичного націлювання на руйнування української освітньої інфраструктури (тематичний кадр). Така подача інформації потребує від міжнародної спільноти не лише надання одноразової симпатії, але й систематичної відповіді - чи то системи протиповітряної оборони, чи довгострокові гранти на відновлення.

Ідея встановлення порядку денного походить від оригінальної ідеї М. МакКомбса та Д. Шоу, що медіа не стільки кажуть аудиторії, що думати, скільки про що думати. [12] У термінах гуманітарної дипломатії здатність регіональних медіа постійно надавати оригінальний контент також захищає справу від зникнення з міжнародного інформаційного світу. Публікація матеріалів про гуманітарні кризи на передовій або на деокупованих територіях

допомагає запобігти тому, що деякі критики описують як «втому від війни» серед іноземних донорів, що змусило українські місцеві проблеми увійти в світову суспільну свідомість.

За словами Л. Воллака, адвокаційна журналістика зосереджена на наданні голосу цим маргіналізованим популяціям, які за нормальних умов не мають доступу до великих екранів та глобальних медіа [13]. Британська дослідниця Лілі Чуліаракі стверджує у своїй роботі «Глядачі страждання», що саме через індивідуальні наративи встановлюється емпатична взаємодія між жертвою та віддаленим чужим глядачем [14]. Коли розгортаються людські трагедії, ця емоційна персоналізація перетворює сухі цифри на людські трагедії, і це є найпотужнішим тригером для міжнародних благодійних фондів.

Публічна відповідальність та репутаційний тиск. Цей механізм застосовується в контексті міжнародних відносин і спрямований на те, щоб змусити інституції виконувати свої зобов'язання, доводячи до загального відома, що вони більше цього не роблять [15]. Міжнародні актори стикаються з репутаційними ризиками в медіа адвокації, коли розкриваються факти неефективності. Якщо міжнародні місії (ООН, МКЧХ) затримують допомогу громаді або ігнорують їхні потреби, місцеві медіа першими висловлюють це повідомлення. Такий інформаційний тиск вимагає, щоб великі інституції адаптувалися та коригували роботу на місцях, щоб зберегти свій авторитет та фінансування.

Підсумовуючи потенціал медіа в міжнародній адвокації, важливо зазначити, що привернення уваги та встановлення порядку денного є лише першим етапом. Кінцевою метою такої міжнародної комунікації у воєнний час є залучення реальних ресурсів для порятунку життів та відновлення громад. Саме на цьому етапі медіа-адвокація тісно переплітається з концепцією гуманітарної дипломатії.

Поняття "гуманітарна дипломатія" є відносно новою в системі міжнародних відносин і сформувалася на перетині міжнародного права, конфліктології та комунікаційних досліджень. Як і у випадку з міжнародною

адвокацією, сучасна наука пропонує два різні підходи до розуміння цього явища: інституційний та медіатизований.

Гуманітарна дипломатія концептуалізується як інституціоналізований процес, монополізований суверенними державами та спеціалізованими міжнародними місіями, в рамках інституційної парадигми. Дослідники Ларрі Мінір та Гейзел Сміт заклали основи цього підходу. Вони називають гуманітарну дипломатію набором переговорів та офіційних контактів, спрямованих на мобілізацію наявних можливостей та ресурсів державних і недержавних акторів для захисту вразливих груп населення під час збройного конфлікту або катастрофи [16]. На відміну від публічних медіа, класичний інституційний підхід спирається на норми Міжнародного гуманітарного права, особливо Женевські конвенції, і застосовує їх через високо регульований процес. Центральними акторами в цьому відношенні є рамки ООН, Міжнародний комітет Червоного Хреста та відповідні міністерства країн-донорів.

Медіатизований погляд на гуманітарну дипломатію є новою дослідницькою парадигмою. Він базується на припущенні, що винахід глобальних інформаційних мереж нарешті зламав державну монополію на ведення зовнішньої політики. Це в значній мірі ґрунтується на аргументі, який стверджує, що медіа перестали бути просто ретрансляторами дипломатичних рішень, а стали їх фактичними архітекторами. Американський дослідник Філіп Сейб заснував всю концепцію на своїй теорії «Дипломатії в реальному часі». Її ключовою характеристикою в сучасній дипломатії, згідно з його теорією, є безпрецедентна швидкість. Інформація про гуманітарні катастрофи або військові злочини поширюється миттєво, оскільки вона потрапила в медіа, а політичні еліти втратили традиційний «час на роздуми» і відповідають у момент масового тиску з боку громадськості [17]. Медіа як актори гуманітарної дипломатії в цьому підході піддаються різним критичним механізмам.

У той час як інституційна дипломатія будується на сухих правових

нормах і статистиці, медіатизована дипломатія ґрунтується на емоціях. Ф. Сейб зазначає, що візуалізація страждань цивільних сприяє міжкультурній емпатії. Цей емоційний резонанс з іноземними країнами перетворюється на певний ступінь політичного тиску, що чиниться на західні уряди, які бояться втратити електоральну владу, щоб здійснити гуманітарні або військові інвестиції [17].

Ейтан Гілбоа, дослідник, який вивчає взаємозв'язок між пресою та урядами, ввів термін «медіа-дипломатія». У кризовій ситуації журналісти виконують роль посланців і переговорників, стверджує він. Вони не підписують міжнародні договори, але встановлюють умови для міжнародної спільноти, а також потреби та «червоні лінії», фактично виконуючи дипломатичну роботу на рівні громадськості [18].

Ідея «Ефекту CNN» розроблена Пірсом Робінсоном, коли він вперше досліджував взаємозв'язок 24-годинних новин з рішеннями щодо гуманітарних інтервенцій. Робінсон припускає, що через створення емоційного контенту, який критикує бездіяльність міжнародних інституцій, політики виявляють, що медіа служать «механізмом примусу» [19]. На прикладі українських реалій цей макроефект трансформувався: сьогодні він генерується не лише через світові телеканали, але й через систему місцевих медіа, контент яких стає вірусним на західній частині мережі.

Історик Ніколас Калл зазначає, що сучасна публічна дипломатія все більше спирається на філософію «люди до людей».

Регіональні медіа добре вписалися в цю модель. Поширюючи мікронаративи, такі дії роблять їх неофіційними послами своїх міст, безпосередньо взаємодіючи з іноземними донорами, містами-побратимами та благодійними організаціями, обходячи столицю та урядові офіси [20].

Цей аналіз медіатизованої парадигми може слугувати для підсумку того, що гуманітарна дипломатія нарешті вийшла з закритих урядових кабінетів в еру глобальних комунікацій. У ситуаціях, коли бюрократична інерція паралізує офіційні міжнародні інституції або доступ до зон конфлікту

обмежений, медіа здійснюють неофіційну дипломатію. Створюючи «ефект емпатії» в реальному часі, місцеві журналісти генерують величезний суспільний тиск, який змушує міжнародних акторів швидко діяти, надаючи фінансову, правову або гуманітарну допомогу постраждалим громадам. Повне дослідження наукової літератури та окреслення концептуально-категоріального апарату дозволяє створити послідовну теоретико-методологічну основу для нашого дослідження. Сучасний науковий дискурс однозначно показує, що відбувається сейсмічна трансформація соціальної ролі регіональних медіа в глобалізованому інформаційному суспільстві та в умовах кризи.

1.3 Методологія дослідження трансформації контенту та функцій медіа

Якщо теоретична оцінка засобів масової інформації в міжнародній адвокації має перейти до емпіричного аналізу, необхідно встановити ґрунтовну методологічну основу. Дослідження спрямоване на складний процес функціональної та змістовної трансформації медіа в контексті безпрецедентної кризи (повномасштабної війни), тому покладатися на один універсальний підхід було б недостатньо. Для реалізації мети дослідження та підтримання високого ступеня надійності цих результатів, дизайн дослідження базується на перетині кількох наукових галузей: соціальних комунікацій, політології та кризового управління. Отже, методологія дослідження використовує комбінації загальнонаукових методів (аналіз, синтез, дедукція) та спеціальних професійних методів. Розгляд процесів трансформації здійснюється за підходом масштабування: від вивчення глибоких змін, що відбуваються в одній редакції, до екстраполяції цих результатів на національний рівень регіональної журналістики.

Процеси адаптації медіа до умов воєнного стану є надзвичайно

індивідуальними і залежать від ряду місцевих факторів (ситуація з безпекою, кадровий потенціал, близькість до лінії фронту), тому основним інструментом емпіричної частини роботи було обрано метод кейс-стаді. У ході дослідження він використовується для всебічного, цілеспрямованого аналізу діяльності конкретного регіонального онлайн-медіа, яке виступає прикладом (типовим випадком) загальної трансформації місцевого українського медіаринку. Замість поверхневого вивчення десятків окремих публікацій, техніка кейс-стаді дозволяє відобразити повний цикл трансформації: від шоку в перші місяці повномасштабного вторгнення до побудови нового стабільного режиму функціонування; дослідити внутрішні механізми прийняття редакційних рішень в екстрених ситуаціях та вивчити успішні прецеденти виходу гіперлокальних медіа на міжнародну аудиторію та мобілізації донорської або гуманітарної допомоги.

Вибір одного регіонального медіа як об'єкта дослідження вирішує проблему просторової та інституційної локалізації в цьому дослідженні. Однак, щоб емпірично довести сам факт функціональної трансформації - переходу редакції від нейтрального інформування до медіа-адвокації та гуманітарної дипломатії - необхідно використовувати інструменти, здатні об'єктивно виміряти еволюцію журналістського продукту. Основною зброєю медіа є інформація, а основним методом дослідження текстів, відеоісторій та постів є контент-аналіз.

У сучасному світі соціальних комунікацій контент-аналіз є основою для систематичного, об'єктивного та кількісного (або якісного) опису медіа-повідомлень. У цій роботі цей метод застосовується комплексно, поєднуючи обидва виміри, щоб не лише фіксувати зовнішні зміни в тематиці, але й виявляти зміни в змісті редакційної політики.

Якісний вимір відіграє важливу роль у встановленні адвокаційної функції медіа. Якісний контент-аналіз не займається кількістю згадувань проблеми, а тим, як вона представлена аудиторії (аналіз тону, контексту та словника). Дослідження вивчає принцип стратегічного фреймінгу за

допомогою цього інструменту. Якісний аналіз покаже, як місцеві журналісти відмовляються від використання неоцінювального «епізодичного» фрейму і натомість використовують «тематичні» та «емоційні» фрейми. Ми будемо стежити за тим, як з текстів виникають мікронаративи, як медіа надає вразливим групам «голос», і які конкретні комунікативні заклики до дії створюють «ефект емпатії» серед міжнародних донорів.

Щоб науково підтвердити ідею «трансформації», необхідне об'єктивне порівняння поточних оцінювальних метрик редакції з попередніми нормативними результатами діяльності. Для задоволення цієї потреби методологічний апарат цього дослідження базується на методі порівняльного аналізу, який надає можливість кількісно оцінити глибину та характер інституційних змін. У контексті даного дослідження ця стратегія використовується для діахронічного порівняння функціональної моделі обраного регіонального медіа. Через прямі порівняння двох чітко визначених хронологічних періодів проводиться аналіз редакційної політики, пріоритетних тем, цільових аудиторій та жанрової палітри.

Перший етап охоплює період з 2021 до початку 2022 року. Цей часовий зріз дозволяє зафіксувати «нульову точку». На цьому етапі вимірюється нормативний стан місцевого медіа: фокус на внутрішню аудиторію, висвітлення діяльності місцевої влади, комунальні питання, місцева економіка та культурне життя громади.

Другий етап – від 24 лютого 2022 року до теперішнього часу. Мета аналізу цього етапу полягає в тому, щоб зафіксувати радикальні системні зміни, такі як відмова від традиційного мирного порядку денного, перехід редакції на модель кризового управління і, найголовніше, цілеспрямований розподіл контенту на міжнародну аудиторію для гуманітарної дипломатії.

Дослідження базується на емпіричних даних, що складаються з набору аудіовізуального та текстового контенту, який був опублікований на офіційних цифрових платформах конкретного регіонального медіа. Основними джерелами, де збираються первинні дані для аналізу контенту, є

офіційний YouTube-канал редакції, а також її присутність на ключових соціальних мережах. Ці платформи є основними джерелами, оскільки в умовах як цифровізації, так і воєнного стану, вони служать основними каналами розповсюдження контенту. Саме на цих платформах найбільш точно фіксуються зміни в редакційній політиці, а також використання стратегічних інструментів фреймінгу та пряма медіа-комунікація з місцевою спільнотою, а також з міжнародною аудиторією.

Порівнюючи емпіричні дані між цими двома етапами, можна стверджувати про появу нових тем у новинній стрічці, а також переконливо підтвердити, що екстремальні тиски воєнного стану змусили регіональні медіа фундаментально реформувати свою мету та стратегію комунікацій.

У підсумку, обговорюючи методологічні інструменти в дослідженні, важливо чітко розуміти, що перетворення регіонального медіа з традиційного місцевого на добре функціонуючу адвокаційну та гуманітарну дипломатичну структуру є дуже складним і багатовимірним процесом. Він охоплює зовнішні та глибокі внутрішні трансформації. Застосування цих методів (кейс-стаді, контент-аналіз, порівняльний аналіз) веде до повного дослідницького дизайну, заснованого на методологічній триангуляції. Жоден з цих інструментів сам по собі не міг би охопити всі нюанси трансформації регіональних медіа. Синергія між ними працює певним чином - метод кейс-стаді задає основу для дослідження - він зосереджує увагу на роботі однієї конкретної редакції; для контент-аналізу він закладає міцну емпіричну базу, розкриваючи деталі адвокаційних рамок у матеріалах. Натомість порівняльний аналіз та контент-аналіз дозволить наочно показати відмінності між традиційними форматами журналістики та новаторськими адвокаційними стратегіями. Об'єктом цього аналітичного порівняння стане відеоконтент регіональних медіаорганізацій на платформі YouTube, який безпосередньо ілюструє наслідки військових руйнувань, гуманітарні виклики та процеси відновлення інфраструктури в деокупованих українських громадах. Оцінка та порівняння обраних кейсів буде проводитись за чітко визначеною системою критеріїв, здатною виміряти

їхній потенціал впливу на закордонну аудиторію. Зокрема, аналіз буде зосереджений на кількох ключових аспектах: назва відеоматеріалу (для оцінки початкового інформаційного позиціонування), основна тематика та домінуючий наратив (дослідження співвідношення повідомлень про руйнування та готовність до відновлення), тип головного героя (особливості розкриття суб'єктності персонажів), роль медіа та функція журналіста (оцінка переходу від ролі пасивного спостерігача до активного фасилітатора адвокаційних процесів), а також візуально-режисерське представлення (специфіка побудови кадру, динаміка монтажу та загальна тональність візуальних доказів). Такий підхід дозволить чітко розмежувати стандартний інформаційний продукт від спеціалізованого медійного інструменту міжнародної гуманітарної дипломатії. (рис.1.4).



Рис.1.4. Комплексна методологія дослідження функціональної трансформації регіональних медіа

Примітка. Джерело: Розроблено автором на основі [33]

Висновки до розділу 1

Набір викликів, зумовлених правовим режимом воєнного стану, призвів до глибоких трансформацій в інституційних та функціональних можливостях місцевих медіа. Але адаптація до нових умов стала важливим механізмом для підтримки оперативної спроможності редакцій та збереження їх широкого спектру інформаційних та соціальних обов'язків. Хоча цей процес системної реструктуризації лише починається, він є вимірюваним і вже дає відчутні результати на кількох рівнях. Трансформація характеризувалася зміщенням традиційних бізнес-моделей, заснованих на інституційній реструктуризації. Внаслідок краху місцевого рекламного ринку регіональні медіа звернулися до інших джерел фінансування, які тепер переважно базуються на міжнародних грантах та краудфандингу (пожертви аудиторії).

На функціональному рівні акцент змістився від традиційних моделей "відстороненого спостерігача" до активної ролі в житті громади. Окрім поширення базової інформації, соціальна роль місцевих медіа розширилася до функцій сервісної журналістики (пояснення алгоритмів виживання, евакуації та отримання соціальної допомоги), також надаючи простір для психологічного розвантаження суспільства, а також ставши неформальним координаційним центром волонтерських рухів та допомоги внутрішньо переміщеним особам.

Теоретично запропоновано функціональну трансформацію регіональних медіа. Це було доведено на основі системних криз воєнного часу та глобальної "інформаційної втоми", що місцеві редакції долають географічний детермінізм і стають активними недержавними акторами міжнародної гуманітарної дипломатії. Інтегровані медіа-адвокаційні інструменти та стратегічне формування були розглянуті як один з основних механізмів реалізації цієї нової ролі. У методологічному аспекті було розроблено відповідний дизайн дослідження шляхом триангуляції методів, таких як кейс-стадії, якісний та кількісний контент-аналіз, а також

порівняльний підхід.

У наступному розділі обрані методологічні інструменти будуть застосовані безпосередньо до практичного аналізу цифрових платформ конкретного регіонального онлайн-медіа. Це дозволить валідувати теоретичні гіпотези щодо деяких фактичних даних і, водночас, чітко показати ефективність місцевих адвокаційних механізмів у транснаціональному інформаційному просторі.

РОЗДІЛ 2

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФУНКЦІЙ ТА КОНТЕНТУ ОНЛАЙН-МЕДІА «ЕКСПЕРТ-КР» У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ КОМУНІКАЦІЙ

2.1. Характеристика онлайн-медіа «Експерт-КР» та формування емпіричної бази дослідження

Відповідно до обраного методу кейс-стаді, як головною емпіричною базою дослідження, вибрано регіональне незалежне онлайн-медіа «Експерт-КР». Такий вибір зумовлений високою репрезентативністю цього медіа в умовах воєнного стану. Ця редакція не тільки зберегла операційну стійкість, функціонуючи в прифронтовому регіоні, але й продемонструвала функціональну трансформацію. Медіа вийшло за рамки традиційного локального інформування, натомість інтегрували у свою діяльність інструменти медійною адвокації та створення гуманітарного контенту. Такий парадигмальний зсув робить онлайн-медіа «Експерт-КР» оптимальною моделлю для застосування методу кейс-стаді. Для переходу до формування базису подальшого порівняльного аналізу, необхідно окреслити вихідний інституційний профіль медіа.

«Експерт-КР» - це регіональне незалежне онлайн-медіа, редакція якого розташовується в м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область. Медіа створене у 2015 році за ініціативи ГО «Об'єднання Відповідальних Громадян» завдяки гранту програми Українська ініціатива зміцнення громадської довіри (UCBI) за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID). [23]. Відсутність афіліації з місцевими фінансово-промисловими групами та політичними партіями гарантує транспарентність діяльності медіа. Високу репрезентативність даного медіа для вивчення кризових комунікацій зумовлює його географічна локалізація в індустріальному місті, який в умовах воєнного стану набув статусу прифронтового регіону. (таблиця 2.1)

Таблиця 2.1

Паспорт онлайн-медіа «Експерт-КР»

Повна назва та статус	Онлайн-медіа «Експерт-КР»
Рік заснування	2015
Локалізація	м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область
Форма власності	Незалежне

Примітка. Джерело: Розроблено автором на основі [23]

До початку повномасштабного вторгнення онлайн-медіа «Експерт-КР» виконувало функцію демократичного контролю за діяльністю органів місцевого самоврядування шляхом відвідування засідань міської ради і створення відповідного аудіовізуального контенту за цим напрямком. Значний масив публікацій був присвячений висвітленню подій, які відбувалися місті, та локальної культури історії Кривого Рогу. Також медіа виступало агентом розвитку медіа середовища. У вересні 2017 – лютому 2018 редакція реалізовувала серію тренінгів для журналістів Кривого Рогу «МедіаЕксперт». Також створили два документальних фільми про суспільно-політичну ситуацію у Вірменії в 2018 році. [23] [24] Тобто, якщо до початку повномасштабного вторгнення просторовий фокус медіа обмежувався переважно в межах класичної парадигми розвитку локальної демократії та просвітництва, то після 24 лютого 2022 року місія медіа зазнала трансформації.

Станом на момент даного дослідження, онлайн-медіа «Експерт-КР» визначає свою головну місію, як інформаційна підтримка громадської участі в розвитку регіону. [23] Проте в умовах повномасштабного вторгнення ця місія набуває значно глибшого змісту. Концепт «громадської участі» редакцією трактується не лише як залучення місцевих мешканців до повсякденних демократичних процесів, але й як консолідація зусиль громади для подолання гуманітарних наслідків війни та забезпечення життєдіяльності прифронтових та деокупованих населених пунктів.

Відповідно до розширення місії, змінилася й цільова аудиторія медіа. До криворізької агломерації доєдналися нові соціальні сегменти. Результати порівняльного аналізу структури аудиторії онлайн-медіа «Експерт-КР»

доводять факт подолання медіаресурсом своєї просторової локалізованості. До початку повномасштабного вторгнення аудиторія медіа мала яскраво виражений моноцентричний характер, оскільки ядро споживачів контенту становили переважно мешканці Кривого Рогу. Така структура була цілком природною для класичного регіонального медіа, контент якого був спрямований виключно на задоволення інформаційної потреби місцевої громади.

Однак, спричинені війною, демографічні зрушення та ціннісна трансформація редакційної політики призвели до кардинальної географічної диверсифікації аудиторії. З 2022 року фіксується стрімке розширення географії переглядів за рахунок користувачів з інших міст України та зарубіжних країн.

Таблиця 2.2

**Динаміка та географічна структура переглядів YouTube-каналу
«Експерт-КР» (порівняльний зріз)**

Показник / Географія	До повномасштабного вторгнення (до лютого 2022 р.)	Період повномасштабної війни (лютий 2022 – травень 2026 рр.)	Динаміка змін (Характер трансформації)
Загальна кількість переглядів	3 025 188	12 532 722	Зростання у >4 рази . Свідчить про безпрецедентний стрибок уваги до контенту.
Україна (внутрішня аудиторія)	2 574 016 (85,1%)	8 340 713 (66,6%)	Ядро зберігається, але його відсоткова частка падає через приплив іноземного трафіку.
Німеччина (міжнародний вимір)	8 036 (0,3%)	367 166 (2,9%)	Зростання частки у ~10 разів . Індикатор формування потужної міграційної діаспори.
Польща (міжнародний вимір)	19 331 (0,6%)	355 978 (2,8%)	Зростання частки у >4 рази . Результат міграційних процесів до сусідніх країн.
США (міжнародний вимір)	8 034 (0,3%)	195 822 (1,6%)	Зростання у >5 разів . Свідчить про увагу західних країн та англомовного світу.

Примітка. Джерело: Розроблено автором на основі [34]

Кількісний аналіз статистичних даних YouTube-каналу онлайн-медіа «Експерт-КР» (таблиця 2.2) дозволяє зафіксувати зсув у структурі медіаспоживання контенту, оскільки спостерігається аномальне зростання загального інтересу. За період з початку створення каналу 14 серпня 2015 року до 23 лютого 2022 року медіа згенерувало близько 3 мільйонів переглядів. Натомість за період від 24 лютого 2022 року до 11 травня 2026 року цей показник сягнув понад 12,5 мільйонів переглядів. Слід зауважити, що наявність трафіку з території Російської Федерації та Республіки Білорусь свідомо не розглядається як індикатор успішності міжнародної адвокаційної кампанії. Охоплення цієї аудиторії є не результатом цільового комунікаційного впливу, а побічним наслідком специфіки роботи алгоритмів платформи та органічного пошукового інтересу громадян держав-агресорів до інформації про перебіг бойових дій.



Рис. 2.1. Трансформація географічної структури аудиторії онлайн-медіа «Експерт-КР», період до 24 лютого 2022 року

Також відбулась кардинальна деконцентрація географічного ядра аудиторії. До 24 лютого 2022 року аудиторний профіль мав яскраво виражений моноцентричний характер: 85,1% переглядів генерувалися на території України переважно мешканцями Криворізького макрорегіону. Частка аудиторії з країн ЄС та США становила статистичну похибку: Польща – 0,6%, Німеччина – 0,3%, США – 0,3%. (рис. 2.1.)



Рис. 2.2. Трансформація географічної структури аудиторії онлайн-медіа «Експерт-КР», період після 24 лютого 2022 року

В умовах повномасштабного вторгнення та трансформації редакційної політики пропорції суттєво змінилися. Попри абсолютне зростання переглядів з території України – до 8,3 млн – відносна частка внутрішнього трафіку впала до 66,6%. Натомість відбувся стрімкий приріст зарубіжного сегмента. Найбільш показовим є зростання частки глядачів з Німеччини – до 2,9%, Польщі – до 2,8% та США – до 1,6%. (рис. 2.2.) Така просторова експансія інформаційного впливу зумовлена кількома об'єктивними факторами:

1. Міграційні процеси, оскільки відбулось формування багатомільйонної міграційної діаспори релокованих українців та жителів регіону у країнах ЄС, які підтримують інформаційний зв'язок із Україною.

2. Міжнародна адвокація, оскільки медіа почало висвітлювати наслідки війни та гуманітарні потреби регіону і це привернуло увагу іноземних громадян, волонтерських рухів та міжнародних донорів, особливо у сегменті США та ЄС.

Зафіксована просторова деконцентрація аудиторії та формування стабільного зарубіжного сегмента є беззаперечним свідченням транснаціоналізації впливу медіа. Проте для комплексного розуміння механізмів перетворення регіонального видання на дієвий інструмент міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії самої лише географічної статистики недостатньо. Виникає об'єктивна необхідність з'ясувати, за яких

саме умов та в які критичні моменти відбувався цей стрімкий приріст зовнішньої уваги. Відповідь на це запитання надає аналіз часової динаміки та глядацької поведінки. Дослідження кризових піків споживання контенту не лише розкриває мотивацію реципієнтів в умовах воєнного стану, але й слугує фундаментальним методологічним орієнтиром. Саме виявлення періодів найвищої соціальної залученості дозволяє науково обґрунтувати хронологічні межі для подальшого контент-аналізу, щоб детально дослідити безпосередньо ті матеріали, які згенерували цей міжнародний резонанс.

Для розуміння характеру змін необхідно порівняти середні показники докризового періоду з реакцією аудиторії на початок повномасштабного вторгнення.

До лютого 2022 року медіа демонструвало стабільні, помірні показники, характерні для регіонального інформаційного ресурсу, що фокусується переважно на місцевій проблематиці. Наприклад, у квітні 2020 року місячна аудиторія становила близько 17,6 тисяч глядачів. (рис. 2.3)

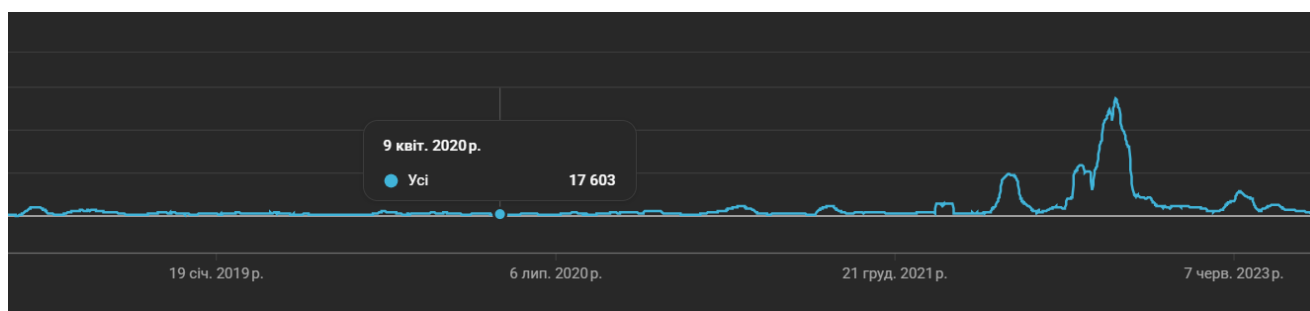


Рис. 2.3. Показники місячної аудиторії онлайн-медіа «Експерт-КР» у типовий докризовий період (квітень 2020 р.)

Примітка. Джерело: [34]

Безпосереднім каталізатором трансформації медіа стали події кінця лютого 2022 року. Аналітика демонструє безпрецедентний стрибок уваги аудиторії протягом лічених днів. Якщо станом на 22 лютого 2022 року (за два дні до вторгнення) місячна аудиторія трималася на стандартному рівні у 25,7 тисяч глядачів (рис. 2.4), то вже 24 лютого цей показник різко зріс до понад 111 тисяч. (рис. 2.5)

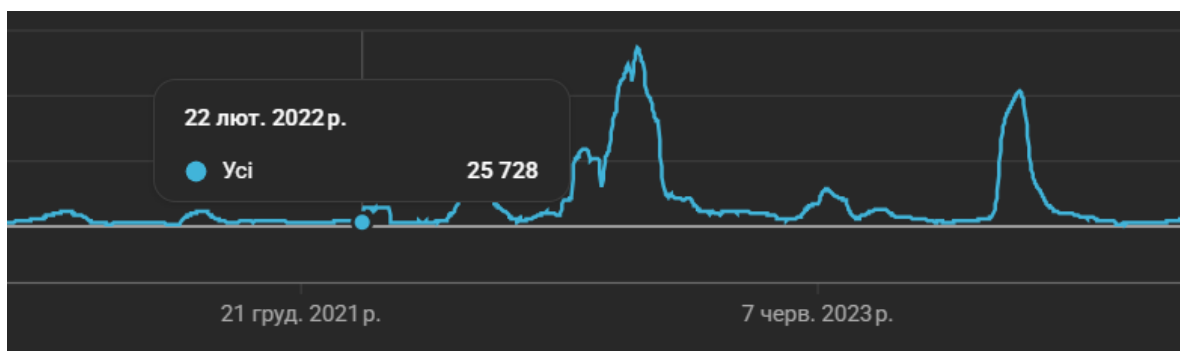


Рис. 2.4. Показники місячної аудиторії онлайн-медіа «Експерт-КР» напередодні повномасштабного вторгнення

Така миттєва динаміка свідчить про те, що в умовах гострої воєнно-політичної кризи медіа не призупинило свою діяльність, а навпаки, оперативно взяло на себе функцію кризового інформаційного хабу. Забезпечуючи оперативне інформування з місця подій, ресурс став достовірним джерелом інформації не лише для містян, а й для національної та міжнародної аудиторії, що шукала верифіковані дані про перебіг подій.

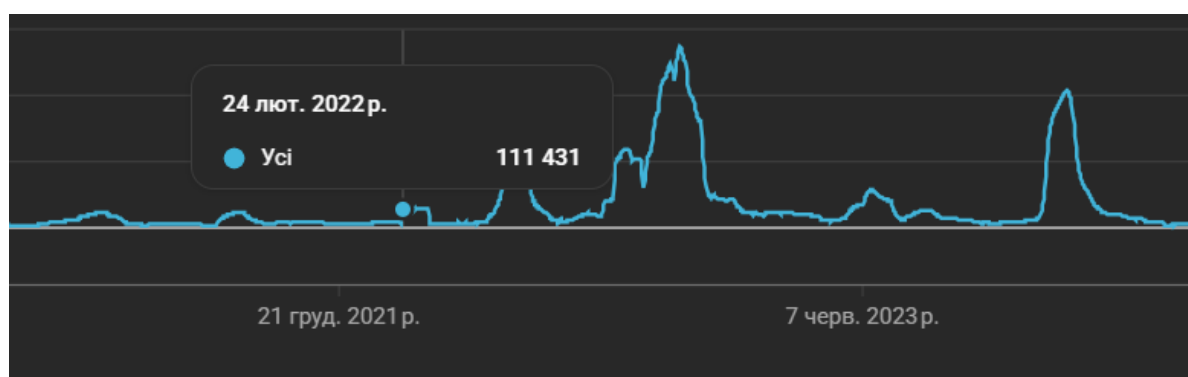


Рис. 2.5. Показники місячної аудиторії онлайн-медіа «Експерт-КР» в перший день повномасштабного вторгнення

Важливо зазначити, що цей стрибок не був одноразовим явищем. Графік загальної глядацької поведінки після 24 лютого 2022 року демонструє системні хвилеподібні піки залученості, які багаторазово перевищують докризові показники. Наприклад, наприкінці 2022 року місячна аудиторія сягнула свого історичного максимуму - понад 1 мільйон глядачів за 28 днів. (рис. 2.6)

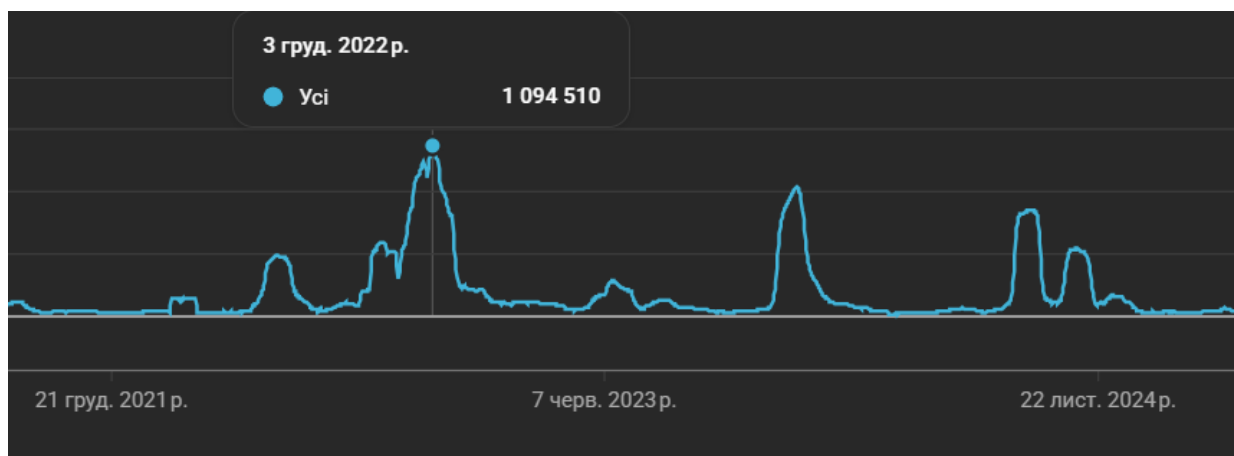


Рис. 2.6. Пікове зростання аудиторії в період активного висвітлення наслідків воєнних дій (грудень 2022 р.)

Стабільне утримання уваги сотень тисяч користувачів протягом 2022-2024 років є прямим наслідком зміни редакційної політики. Конвергенція двох ключових тенденцій - радикальної географічної диверсифікації та аномальних сплесків інтересу глядачів під час найгостріших фаз збройного конфлікту - демонструє, що медіа успішно адаптувалося до викликів воєнного стану, переходячи від локального інформаційного ресурсу до кризового комунікатора та транснаціонального суб'єкта медіа адвокації. Одночасно зафіксовані статистичні рекорди є лише кількісним показником ефективності нової комунікаційної моделі. Для глибшого розуміння наративних та візуальних інструментів, які редакційна команда використовувала для досягнення такого рівня впливу, необхідно звернутися до якісних характеристик самого інформаційного продукту. Саме тому виявлена хронологічна динаміка переглядів служить не лише доказом трансформації, але й визначальним методологічним орієнтиром для подальших досліджень. Спираючись на зафіксовані піки та спади активності аудиторії, стає можливим об'єктивно визначити репрезентативні часові інтервали для порівняльного контент-аналізу: від еталонного докризового «плато» до стадії найвищого соціального та міжнародного резонансу. Тому, спираючись на емпіричні дані YouTube-аналітики, було визначено два контрастні хронологічні зрізи для проведення порівняльного контен-аналізу:

1. Довоєнний період: 1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року;
2. Воєнний період: 24 лютого 2022 року – 31 грудня 2022 року.

Визначення хронологічних меж дало можливість перейти до етапу створення емпіричної дослідницької бази. Оскільки кількість медіаконтенту онлайн-медіа «Експерт-КР» велика, було обрано вибірку з 30 аудіовізуальних одиниць, щоб зробити аналіз більш репрезентативним.

Через обмеження платформи YouTube (неможливість одночасно фільтрувати за датою та популярністю), матеріали були відібрані на основі відкритих даних та цільового хронологічного методу моніторингу. Алгоритм відбору полягав у скануванні архіву відео каналу в хронологічному порядку (вкладка «Нові відео»). У кожному з двох дослідницьких періодів записано кількість переглядів для кожної публікації. З масиву даних було визначено паритетну модель з відео, які викликали найбільшу зацікавленість глядачів на той час. (додаток А та додаток Б).

Оскільки метою дослідження є вивчення інформаційного продукту, який перетнув гіперлокальні межі та досяг глобальної та національної аудиторії, кількість переглядів є основним об'єктивним цифровим виміром суспільного резонансу. Вибір матеріалів виключно на основі цього суворого математичного критерію повністю виключає суб'єктивний фактор, тому науковий експеримент є надійним. Крім того, та ж вибірка є симетричною для збалансованого статистичного аналізу. Порівняння подібних масивів найвищо оціненого контенту дозволяє науково спостерігати, як візуально-нарративна мова трансформується в контексті війни та змінюваних вимог аудиторії.

2.2. Трансформація контент-стратегій: дискурс-аналіз, наративи та зміна тематичних пріоритетів в умовах повномасштабного вторгнення

На основі сформованої емпіричної бази мета підрозділу полягає у комплексному вивченні глибинної трансформації контент-стратегій онлайн-

медіа «Експерт-КР». Головне завдання полягає у простеженні еволюції інформаційного продукту на базі порівняльного контент- та дискурс аналізу. Для забезпечення об'єктивності, структури та наукової валідності, емпіричний масив даних був опрацьований за допомогою розробленої автором матриці кодування (додаток В та додаток Г). Кожна з 30 обраних аудіовізуальних одиниць референтного та кризового періодів була проаналізована за чотирма ключовими критеріями:

1. Зміна тематичних пріоритетів та базових наративів;
2. Еволюція типу головного героя;
3. Трансформація функціональної ролі журналіста;
4. Модифікація візуально-режисерської репрезентації.

Такий багаторівневий метод аналізу дозволяє препарувати не лише фактичну складову публікації, але й візуальну мову матеріалу. Саме професійна операторська робота та монтаж стали універсальним інструментом для подолання мовних бар'єрів і, таким чином, ефективної передачі травматичного досвіду регіону та масштабу гуманітарної катастрофи найширшій транснаціональній аудиторії.

Перша і найбільш очевидна зміна, яка була виявлена в ході контент-аналізу, це зміна тематичного фокусу онлайн-медіа та пріоритетів аудиторії. Аналіз вибірки матеріалів з еталонного довоєнного періоду дає чітке уявлення про регіональне медіа, зосереджене на гіперлокальних питаннях. Як показує матриця кодування (Додаток В), більшість найпопулярніших матеріалів з 2021 до початку 2022 року зосереджені на питаннях внутрішньої підтримки життя: розвиток міської інфраструктури (стадіон «Металург», захист лікарень у рамках медичної реформи), місцеві політичні та економічні процеси, культурне та розважальне життя. Інформаційний порядок денний був для внутрішнього споживача; медіа було класичним джерелом місцевих новин.

Аналіз аудіовізуальних матеріалів з воєнного періоду показує безпрецедентний тематичний зсув. З початком повномасштабного вторгнення редакція не припинила висвітлювати життя Кривого Рогу, але місцеві

проблеми значно зменшилися і повністю втратили своє місце. Як показують результати кодування (Додаток Г), жодне з 15 найрейтинговіших відео воєнного часу (від 128 000 до понад 679 000 переглядів) не стосувалося повсякденних міських питань. Відбулося географічне та семантичне масштабування - увага медіа була спрямована на фіксацію трагедії всього південного макрорегіону.

Абсолютною тематичною домінантою топового контенту була деокупована та прифронтена Херсонщина. Центральними темами були систематична фіксація воєнних злочинів окупантів і мародерства, знищення цивільної інфраструктури та глибока гуманітарна катастрофа місцевих жителів.

Такий зсув пріоритетів свідчить про те, що під тиском екзистенційних викликів онлайн-медіа «Експерт-КР» вийшло за межі типового регіонального медіа. Редакція стала систематичним літописцем воєнної катастрофи в макрорегіоні. Фактично, створення такого документального та правозахисного контенту було базовим етапом для міжнародної адвокації, оскільки це була доказова база, яка привертала увагу глобальних інституцій та донорів.

Ще однією важливою частиною трансформації, виявленою в ході дослідження, була зміна в структурі матеріалів - хто є головним героєм і хто є протагоністом. Як свідчить матриця кодування за референтний період (Додаток В), головними акторами відеоісторій були фактично "творці подій" на інституційному або публічному рівні – представники органів місцевого самоврядування, чиновники, профспілкові лідери, активісти та діячі культури. Основний медіанаратив базувався на соціально-політичних дискусіях, контролі за урядовими рішеннями або місцевими досягненнями.

З початком повномасштабного вторгнення відбулася велика демократизація та гуманізація контенту. Люди більше не були «звичайними людьми в надзвичайних обставинах». Головними героями найбільш резонансних матеріалів (Додаток Г) стали жертви російської агресії, жителі

деокупованих територій, свідки воєнних злочинів, внутрішньо переміщені особи та волонтери. У мирний час редакція здебільшого була модератором міського дискурсу, але в період війни мають чіткий правозахисний та емпатичний наратив. Журналіст перетворився з нейтрального передавача фактів на борця за постраждалу громаду. Відмова від старої відстороненості на користь більш гуманної стала свідомим рішенням. Почути від людей, які пережили травму окупації, щоб висловити їхній досвід, вже не було лише робочим інтерв'ю або спробою бути опитаним, а досвід став інструментом гуманітарної дипломатії. Місцеві медіа використовували персоналізацію трагедії, щоб донести біль регіону до світу, щоб зробити його зрозумілим для людей за межами та надихнути міжнародну допомогу, щоб вони прийшли в регіон перед обличчям трагедії та написали свідчення для справедливості в майбутньому.

Третім вирішальним фактором в інституційній трансформації медіа стала глибока зміна лексико-семантичного поля та загального тону комунікації. Використовуючи інструменти дискурс-аналізу, можна зафіксувати, як саме редакційна команда адаптувала свою мову для опису нової, травматичної реальності.

У довоєнний період словник онлайн-медіа загалом складався переважно з нейтральної, соціально-політичної та муніципальної лексики («реконструкція», «бюджет», «інфраструктура», «медична реформа», «сесія»). Тон публікацій здебільшого відповідав класичному підходу інформаційної журналістики - емоційна відстороненість і збалансованість думок.

З початком повномасштабного вторгнення медіа-дискурс став радикально мілітаризованим і орієнтованим на права людини. Концепції та маркери міжнародного гуманітарного права стали основою загальної практики публікацій. Заголовки топових відеоматеріалів позначені словами "воєнні «злочини», «окупація», «колаборанти», «мародерство», «звірства» та «гуманітарна криза». З муніципальною лексикою на тлі екзистенційних загроз і кримінальних законів ситуація змінюється: від локальних новин до

глобальних злочинів проти людства.

Змінюються не лише слова, але й тон матеріалів. Перед обличчям неспровокованої агресії та масових злочинів проти цивільного населення редакційна команда відмовилася від штучної нейтральності. Було встановлено чітке ціннісне позиціонування — безумовна солідарність з жертвами та категоричне засудження агресора. Цей тон не є порушенням журналістських стандартів, а є основоположною рисою журналістики прав людини та адвокаційної журналістики.

Медіа перейшли від формального викладу фактів до моральних оцінок і закликів до справедливості. Емоційно заряджена лексика в поєднанні з документальною точністю свідчень створила потужний інструмент комунікації. Ця зміна мови була необхідною умовою для того, щоб матеріали виконували роль міжнародної адвокації, дозволяючи зовнішній аудиторії зрозуміти природу конфлікту та масштаби гуманітарних потреб у регіоні.

Четвертий, і, можливо, найважливіший рівень реалізації завдань міжнародної адвокації, полягає у радикальній зміні візуальної мови та підходів режисера-оператора до створення контенту. Аналізуючи матриці кодування, можна стверджувати, що відбувся фундаментальний зсув від формату традиційного телевізійного виробництва новин до жанру глибокого кінематографічного документального фільму.

У матеріалах довоєнного періоду існував стандартний інформаційний стиль. Візуальний ряд переважно складався зі статичних зйомок, офіційних «паркетних» інтерв'ю та телевізійного формату «стенд-ап – синхрон – перебивка». Зображення в основному використовувалося як засіб доповнення до розказаного журналістського тексту.

У період повномасштабного вторгнення візуально-режисерський дискурс зазнав повної трансформації. Камера більше не була просто інструментом для запису подій, а стала повноцінним емпатичним оповідачем. З'явилася надзвичайна кількість «живих» камер, так що глядач одразу опиняється в кадрі і повністю занурюється в травму героя. І замість коротких,

динамічно змонтованих інформаційних коментарів, редакційна команда почала використовувати довгі плани та монтувати матеріали як глибокі інтерв'ю-сповіді. І це кадри, які звертають увагу не лише на вербальну інформацію, але й на паузи, міміку та очі, а також на невербальні прояви глибокої психологічної травми. Важливу роль у топових матеріалах також відіграє масштабна, детальна візуальна документація наслідків екоциду та руйнування цивільної інфраструктури.

Ця трансформація візуальної мови має стратегічне значення для гуманітарної дипломатії. Кінематографічний документальний метод дає глобальне розуміння локальної української трагедії через універсальну мову візуальних образів. Емоції в кадрі, сльози жертв, зруйновані будинки — це семантичні одиниці, які не потрібно перекладати для іноземної аудиторії за допомогою субтитрів чи дубляжу. Високопрофесійна кінематографія та драматичний монтажний підхід стали ключовим інструментом, що дозволив онлайн-медіа подолати мовні бар'єри та донести до міжнародних інституцій та іноземних донорів масштаб катастрофи в Херсонській області.

Таблиця 2.3

**Трансформація контенту та функцій онлайн-медіа «Експерт-КР»
до та після початку повномасштабного вторгнення**

Критерій аналізу	Довоєнний період (01.01.2021–23.02.2022)	Воєнний період (24.02.2022–2026 рр.)
Домінуюча тематика	Місцева політика, міська інфраструктура, культура, економіка, історія міста, соціальні проєкти	Воєнні злочини, окупація, гуманітарні наслідки війни, відновлення громад, міжнародна допомога
Основний тип героя	Представники влади, депутати, експерти, підприємці, митці, громадські діячі	Постраждалі мешканці, свідки окупації, жертви воєнних злочинів, волонтери, представники громад
Провідний наратив	Інформування про місцеві події та розвиток громади	Документування наслідків війни, привертання уваги до потреб громад, відновлення та стійкість
Функція медіа	Інформаційна, контрольна, культурно-просвітницька, розважальна	Адвокаційна, гуманітарна, документальна, мобілізаційна
Роль журналіста	Спостерігач, інформатор, коментатор подій	Посередник між громадою та зовнішньою аудиторією, документатор, адвокат інтересів громади
Візуальна	Репортажі, інтерв'ю, студійні	Документалістика, свідчення очевидців,

Критерій аналізу	Довоєнний період (01.01.2021–23.02.2022)	Воєнний період (24.02.2022–2026 рр.)
репрезентація	формати, зйомка подій місцевого значення	кадри руйнувань, історії постраждалих
Цільова аудиторія	Переважно мешканці Кривого Рогу та регіону	Локальна, національна та міжнародна аудиторія
Потенційний суспільний ефект	Інформування населення та контроль діяльності місцевої влади	Формування міжнародної уваги до проблем громад, сприяння залученню гуманітарної підтримки та ресурсів для відновлення

Примітка. Джерело: побудовано автором за результатами контент-аналізу, наведеного у додатках А-Г

Дані контент-аналізу свідчать про суттєву трансформацію змісту та функцій онлайн-медіа «Експерт-КР» після початку повномасштабного вторгнення. Якщо у довоєнний період діяльність редакції була зосереджена переважно на висвітленні локальних політичних, економічних та культурних подій, то після 24 лютого 2022 року пріоритетними стали теми війни, гуманітарних наслідків окупації, відновлення постраждалих територій та потреб місцевих громад. Відповідно змінилася і роль медіа: від традиційного інформування та контролю влади до документування воєнних злочинів, привернення уваги до гуманітарних проблем та представлення інтересів громад у ширшому національному й міжнародному інформаційному просторі. Це дає підстави стверджувати, що онлайн-медіа «Експерт-КР» поступово набуває ознак інструменту гуманітарної комунікації та міжнародної адвокації.

Отже, всебічний аналіз змісту та дискурсу кількох найпопулярніших відеоматеріалів показує, що зміна стратегій контенту онлайн-медіа «Експерт-КР» не була тактичною реакцією на кризу або простим зрушенням у темах новин. Під тиском екзистенційної загрози відбулася глибока інституційна реструктуризація виробничого процесу на чотирьох основних рівнях: тематичному, суб'єктивному, лексико-семантичному та візуально-режисерському.

Редакційна команда свідомо відійшла від моделі місцевої інформаційної служби для міської громади і перетворила свій контент на багатофункціональний інструмент. Створені аудіовізуальні матеріали почали відігравати проактивну роль: документування воєнних злочинів, надання

голосу жертвам окупації та формування потужного емоційно-візуального наративу для міжнародної адвокації та залучення зовнішньої гуманітарної підтримки.

2.3. Механізми міжнародної адвокації та партнерства онлайн-медіа «Експерт-КР»

Трансформація візуальної мови та наративів, описана в попередньому підрозділі, дозволила онлайн-медіа «Експерт-КР» вийти за межі простої передачі інформації та створити ефективні механізми для міжнародної адвокації. В умовах повномасштабного вторгнення медіа перейшло від нейтрального спостерігача до повноцінного інформаційного партнера для територіальних громад у їхній комунікації з міжнародними інституціями та донорськими організаціями. Завдяки досвідченій та професійній виробничій команді медіа вдалося фіксувати поточні новини та створювати високоякісні аудіовізуальні продукти, які могли бути використані для впливу на рішення, прийняті іноземними органами влади.

Створення міжнародних адвокаційних механізмів для онлайн-медіа «Експерт-КР» не було хаотичним; воно мало чіткий географічний та стратегічний напрямок. У період повномасштабного вторгнення редакційна команда приділила велику увагу ситуації в громадах, розташованих на кордоні Дніпропетровської та Херсонської областей. Основними суб'єктами інформаційного партнерства були місто Зеленодольськ, Високопільська та Нововоронцовська сільські територіальні громади.

Вибір цього макрорегіону має глибоке обґрунтування. Згадані населені пункти опинилися в центрі бойових дій і зазнали одного з найважчих ударів агресора на південному напрямку. Зеленодольська громада довгий час служила щитом для Кривого Рогу, постійно піддаючись артилерійським обстрілам. А Високопільська та Нововоронцовська громади фактично зазнали жаху окупації та важких боїв під час звільнення. Результатом цього стало

значне знищення цивільної інфраструктури, енергетичних комунікацій, освітніх та медичних закладів і пошкодження житлового фонду.

Органи місцевого самоврядування цих громад зіткнулися з екзистенційним викликом: не лише забезпечити виживання місцевого населення, але й швидко вийти на міжнародні арени для отримання ресурсів на відновлення. Нинішня система зовнішньої донорської допомоги та грантового фінансування вимагає сильної доказової бази. Міжнародні інституції (фонди ООН, USAID, європейські агенції розвитку) приймають рішення на основі чіткої візуалізації потреб і прозорості процесів.

Але малі регіональні муніципалітети зіткнулися з гострим комунікаційним вакуумом: вони не мали власної інституційної спроможності та професійних медіа-команд для створення якісного презентаційного продукту, який міг би витримати інформаційний шум на міжнародному рівні.

У цей момент відбувся перехід онлайн-медіа «Експерт-КР» до нової функції. Із сильною професійною продакшн-командою криворізьке медіа взяло на себе роль стратегічного медіа-партнера для сусідніх постраждалих громад. Редакційна команда стала головним рупором і зовнішнім «адвокатом» та перетворила свою здатність створювати документальні матеріали на інструмент для грантових запитів та візуального представлення для підтримки міжнародних переговорів місцевої влади.

Найважливішою частиною роботи редакційної команди було безкомпромісне візуальне документування наслідків російської агресії на громади Високопільської, Нововоронцовської та Зеленодольської. Матеріали цієї серії надавали інформацію про зруйновану цивільну інфраструктуру, житловий фонд, екоцид та глибоку гуманітарну кризу [див., наприклад: 25, 26, 27, 28]. Документальна журналістика дозволила створити дуже емоційний та фактичний контент. Ці відео стали головним тригером для міжнародної спільноти, щоб звернути увагу на масштаби катастрофи, і були добрим доказом для обґрунтування необхідності зовнішньої допомоги та екстреної підтримки.

Другим етапом стало документування відновлення та візуалізація життєздатності громад. Стратегія контенту медіа трансформувалася, коли ситуація з безпекою стабілізувалася і почалися процеси відновлення. Оператори та режисери зосередилися на тому, як громади повертаються до повноцінного життя. Історії стали домінувати процесами відновлення пошкоджених будівель, відновлення критичних комунікацій та ефективної координації зусиль місцевої влади, волонтерів та самих мешканців [див., наприклад: 29, 30, 31].

Для західних партнерів та благодійних фондів це етап комунікації. Відеоматеріали, що документують процес відновлення, є не просто новинами, а своєрідним аудіовізуальним звітом. Вони чітко показують цільове та прозоре використання вже залучених ресурсів, високий рівень самоорганізації на місцях та загальну життєздатність громади. Створення такого позитивного, конструктивного наративу є передумовою для підтримання довіри міжнародних партнерів та стимулювання виділення наступних траншів фінансової та гуманітарної допомоги.

Найвиразнішим емпіричним підтвердженням ефективності розробленої двоетапної контент-стратегії та загальної концепції інформаційного партнерства є результати взаємодії із Зеленодольською міською територіальною громадою. Створені редакцією відеоматеріали вийшли за межі традиційного споживання на платформі YouTube, перетворившись на прикладний інструмент муніципального управління. Аудіовізуальний контент безпосередньо використовувався представниками місцевої влади під час презентацій на міжнародних зустрічах, форумах та під час оформлення грантових заявок як наочна доказова база потреб міста.

Прямим свідченням успішності такого підходу є оцінка ефективності комунікації з боку самого місцевого самоврядування. За словами Дмитра Невеселого, мера Зеленодольська, саме завдяки матеріалам, знятим онлайн-медіа «Експерт-КР», йому вдалося залучити більше міжнародної допомоги для відбудови міста. Професійна візуалізація наслідків ворожих обстрілів та

подальшого процесу відновлення стала тим вирішальним аргументом, який дозволив іноземним донорам об'єктивно оцінити масштаби руйнувань та переконатися у спроможності громади ефективно використовувати залучені ресурси.

Таким чином, досвід партнерства онлайн-медіа «Експерт-КР» з деокупованими та прифронтовими територіями доводить, що в умовах екзистенційної кризи регіональна журналістика здатна виходити за рамки класичного інформаційного обслуговування. Створюючи високоякісний документальний продукт, медіа стає потужним і невід'ємним суб'єктом процесу гуманітарної дипломатії. Виконуючи функцію комунікаційного моста між постраждалими локальними громадами та глобальними донорськими інституціями, видання безпосередньо сприяє міжнародній адвокації, залученню інвестицій та практичній відбудові регіону.

Висновки до розділу 2

У процесі дослідження практичного досвіду функціонування регіонального онлайн-медіа «Експерт-КР» було доведено, що для проведення комплексного та об'єктивного аналізу інституційних змін медіа в умовах екзистенційних викликів критично необхідним є застосування багаторівневого порівняльного підходу. Першим етапом у науковому дослідженні стало формування репрезентативної емпіричної бази на основі поділу генеральної сукупності медіаматеріалів на два контрастні хронологічні періоди.

Використання об'єктивного алгоритмічного критерію найвищого суспільного резонансу, 15 найпопулярніших аудіовізуальних матеріалів на платформі YouTube для кожної вибіркової сукупності, мінімізувало суб'єктивність дослідження. Такий метод дав змогу не лише точно відстежити реальні зміни інформаційних запитів та пріоритетів аудиторії, але й проаналізувати саме той контент, який генерував найширше охоплення і мав

найбільший потенціал впливу. Своєю чергою, розробка та впровадження спеціалізованої авторської матриці кодування забезпечили високу методологічну валідність подальшого контент- та дискурс-аналізу.

Комплексний аналіз контенту та дискурсу довів, що під тиском екзистенційної загрози повномасштабного вторгнення відбулася радикальна та системна трансформація контент-стратегій онлайн-медіа «Експерт-КР».

Зміна головного героя змінила фокус публікації з нейтрального подавача новин на захисника прав людини та адвоката постраждалої громади. Водночас візуально-режисерська мова еволюціонувала, щоб стати ключовим інструментом у реалізації цієї нової стратегії на міжнародному рівні. Відмова від формату традиційних інформаційних телевізійних сюжетів зі статичними зображеннями світу була замінена глибоким кінематографічним документальним підходом, з «живими» камерами, довгими кадрами та пильною увагою до емоційного стану персонажів.

Дослідження фактичних медіа-взаємодій з низкою деокупованих та прифронтових громад, зокрема з Зеленодольською, Високопільською та Нововоронцовською, чітко продемонструвало успішну та систематичну реалізацію міжнародних гуманітарних адвокаційних механізмів. Науковий та практичний успіх двоетапної контент-стратегії, розробленої та використаної редакційною командою під час кризової комунікації, став прикладом цього.

Практичне застосування інформаційного партнерства, проілюстрований на прикладі взаємодії із Зеленодольською міською територіальною громадою, демонструє високу ефективність цієї синергії. Документальне кіно, створене професійною командою, надало неперевершену візуальну доказову базу, коли представники місцевої влади вели переговори з іноземними донорами.

РОЗДІЛ 3

ПРИКЛАДНЕ ПРОЄКТУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА В ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОЇ АДВОКАЦІЇ

3.1. Комунікаційна модель посилення міжнародної адвокаційної діяльності онлайн-медіа «Експерт-КР»

Здійснений у попередньому розділі комплексний аналіз діяльності онлайн-медіа «Експерт-КР» дозволив виявити наявність окремих успішних практик міжнародної адвокації та гуманітарної комунікації. Проте, як засвідчили результати дослідження, дотепер такі ініціативи реалізовувалися редакцією переважно ситуативно, реагуючи на точкові виклики чи запити, а не як частина цілеспрямованої довгострокової політики. Перехід до тривалішої боротьби природно змінює алгоритми споживання інформації іноземними аудиторіями та політику міжнародних донорів. Така фрагментарність комунікаційних зусиль об'єктивно знижує потенціал транскордонного впливу медіаорганізації. У межах даного дослідження міжнародна адвокаційна діяльність регіонального медіа розглядається як сукупність комунікаційних заходів, спрямованих на представлення потреб територіальних громад у міжнародному інформаційному просторі, привернення уваги міжнародних партнерів до гуманітарних проблем та сприяння залученню підтримки для постраждалих територій. Це зумовлює гостру необхідність систематизації наявного емпіричного досвіду та його трансформації у цілісний, відтворюваний механізм - комплексну модель транскордонної комунікаційної стратегії, проєктуванню якої і присвячено цей підрозділ.

Дослідники кризових комунікацій зазначають, що врешті-решт втома від співчуття неминуха, що американська дослідниця Сьюзан Моллер називає поступовим зниженням емоційної чутливості та реактивності публіки до

медійних історій про трагедії та кризи тривалого характеру [32]. У даному дослідженні це означає, що початковий емоційний шок у 2022 році, який спонукав міжнародні інституції швидко виділяти екстрену допомогу на основі документальних доказів руйнувань, природно вичерпує свій комунікативний потенціал.

Сьогодні міжнародні благодійні фонди, урядові агенції розвитку та європейські інституції переходять від політики екстреного гуманітарного реагування до довгострокових, регульованих програм структурного відновлення. Українські адвокаційні організації, такі як місцеві органи влади, медіа, що виступають їхніми інформаційними партнерами, повинні перейти від реактивного виробництва контенту до систематичної, формалізованої та передбачуваної комунікаційної роботи.

З огляду на ці тенденції, для продовження впливу та виконання місій гуманітарної дипломатії онлайн-медіа «Експерт-КР» може розробити чітку модель транскордонної комунікаційної стратегії. Її кінцева мета - перетворити інтуїтивні успіхи попередніх періодів в інституціоналізований алгоритм дій, який зможе ефективно протидіяти «втомі від співчуття» іноземних аудиторій та підтримувати цільовий діалог між постраждалими українськими громадами та іноземними зацікавленими сторонами.

Ефективність будь-якої моделі комунікації залежить від точності, з якою вона досягає адресата. Перші роки повномасштабного вторгнення довели, що практика трансляції контенту на абстрактну «міжнародну аудиторію» більше не є актуальною в умовах тривалої кризи, і поточна стратегія онлайн-медіа «Експерт-КР» може базуватися на глибокій сегментації зацікавлених сторін (narrowcasting) для диференціації інформаційних повідомлень та візуальних акцентів відповідно до критеріїв прийняття рішень для кожної відповідної групи. Аналіз інфраструктури міжнародної підтримки дозволяє виділити чотири ключові сегменти іноземної аудиторії, на які повинна зосередитися комунікація регіональних медіа.

Перший і найважливіший сегмент цільової аудиторії на інституційному

рівні - це міжнародні донорські організації та урядові агенції розвитку. Ця група включає глобальних акторів, зокрема структури ООН, USAID, GIZ та великі європейські гуманітарні фонди, які мають великі бюджети на післявоєнне відновлення. У цьому сегменті інституційні донори приймають рішення на основі прагматичних показників, бюрократичних процедур та оцінки ризиків. Емоційний шок від побаченого руйнування може бути лише початком, але не основою для довгострокової співпраці. Тому, в цьому сенсі, буде доцільно змістити акцент з трагедії та «жертви» на більш позитивну картину інституційної стійкості та виживання в аудіовізуальному продукті онлайн-медіа «Експерт-КР» для цієї аудиторії. Для інформаційних потреб таких організацій відеоматеріали повинні документувати прозорі процеси реконструкції, громадську самоорганізацію, кризове управління місцевими органами влади, а також зображати акцент на вже наявних ресурсах, як це було апробовано редакційною командою під час підготовки презентаційних матеріалів для Зеленодольської громади.

Другим важливим виміром транскордонної комунікації є муніципальний рівень з аудиторією іноземних міст-побратимів та органів місцевого самоврядування європейських місцевих громад. Цей сегмент в основному орієнтований на децентралізовану співпрацю і також готовий надавати оперативну, індивідуальну матеріально-технічну підтримку у вигляді оперативного обладнання для муніципальних підприємств, енергетичного обладнання або конкретного фінансування для відновлення конкретних об'єктів соціальної інфраструктури, а також інших речей, пов'язаних з громадою. Деталі взаємодії інформації з цією громадою базуються на горизонтальній дипломатії та ідеї «локальної» дипломатії (peer-to-peer solidarity). Європейські муніципалітети також прагнуть допомогти своїм партнерам вирішувати адміністративні та економічні проблеми, які є локальними та зрозумілими. Тому документальний контент онлайн-медіа «Експерт-КР» для цього напрямку комунікації має бути глибоко локалізованим і стосуватися основних процесів підтримки життєдіяльності

міста. Такий підхід дозволяє іноземним колегам розвивати глибоке розуміння спільних муніципальних потреб і забезпечує повну прозорість та зрозумілість процесу управління на місцевому рівні в постраждалій громаді.

Третій напрямок транскордонної комунікації - це медійний рівень і формування B2B партнерств (business-to-business) з іноземними регіональними та спеціалізованими медіа. Це місцеві європейські та американські телеканали, радіостанції або онлайн-видання, яким довіряють на національному рівні, але які мають дуже обмежені бюджети для утримання своїх кореспондентських пунктів на передовій та деокупованих частинах півдня України. Онлайн-медіа «Експерт-КР» у нинішній ситуації може трансформуватися з незалежної платформи в інформаційний хаб у формі сервісу синдикації контенту для цього джерела з найкращою якістю та найвищим рівнем знань і найкращою якістю міжнародної комунікації у дуже професійний спосіб: вільний доступ до високоякісних, не редагованих відеоматеріалів (b-roll) з місць руйнувань та відновлення, до англомовних синхронів (коментарів) та до готових документальних матеріалів, субтитрованих англійською мовою. Така співпраця дозволяє іноземним журналістам безперешкодно та органічно інтегрувати первинний український контент у свої власні новинні випуски, долаючи мовні та географічні бар'єри та значно підвищуючи масштаб гуманітарної адвокації на міжнародній арені.

Четвертий, але не менш важливий аспект транскордонної стратегії - це публічний, або так званий низовий рівень, який є найважливішою цільовою аудиторією в українській діаспорі та в глобальних рухах за права людини. Саме тут активісти, лідери думок та волонтери об'єднуються та формують громадську думку за кордоном у найбільш значущий спосіб, і саме тут громадяни частіше беруть участь у солідарності та тиснуть на свої уряди, щоб підтримати Україну. Технічні аспекти взаємодії з цією аудиторією відрізняються від інституційного прагматизму і визначаються потребою в постійній емоційній та фактичній підтримці для їхньої публічності та лобювання. Таким чином, контент в онлайн-медіа «Експерт-КР»,

спрямований у цьому напрямку, може бути глибоко персоналізованими людськими історіями, свідченнями очевидців та документальними кадрами порушень прав людини та воєнних злочинів. Такий процес створення аудіовізуальних продуктів забезпечує, що іноземна публіка залишається емоційно залученою і не піддається синдрому «втоми від співчуття». У кінцевому підсумку це створює потужний мобілізаційний імпульс для активації благодійного збору коштів, створення гуманітарних відправлень та міжнародної підтримки на базовому, низовому рівні суспільства загалом та глобальної співпраці на світовому рівні.

Наступним кроком у розробці стратегії транскордонної комунікації є оптимізація та спеціалізація створеного аудіовізуального продукту відповідно до інтересів аудиторії. Практична діяльність регіональних медіа чітко демонструє, що механічний переклад контенту, орієнтованого на внутрішнього українського споживача, у глобальний інформаційний простір є марним через те, що він занадто локальний і незрозумілий для іноземців.

Таким чином, наступним кроком є семантична та структурна адаптація документальних фільмів, така як розумна універсалізація наративу та усунення вузьких регіональних політичних або адміністративних деталей. Це виробництво має базуватися на модульному принципі. Це означає створення багатьох різних продуктів з одного набору високоякісного відзнятого матеріалу (майстер-копії): розширені емоційні кіноесе для діаспори та ініціатив з прав людини, стандартизовані відеоархіви (b-roll) для іноземних медіа та короткі, оптимізовані за часом та насичені інфографікою відеопрезентації (пітчі), які спеціально редагуються як візуальне доповнення для конкретних грантових заявок або бізнес-переговорів місцевих органів влади із західними фондами.

Частиною цього процесу «упаковки» є також глибока технічна та лінгвістична адаптація медіапродукту для усунення мовного бар'єру як основної перешкоди для транскордонної комунікації. Щоб глядач не сприймав контент у спотвореному вигляді, має бути система багатомовної підтримки.

Це не лише механічний переклад, але й відповідні англійські субтитри з правильним використанням термінології міжнародного гуманітарного права. Іншою частиною лінгвістичної оптимізації є переклад метаданих, редагування англомовних прес-релізів, описів відео та графічної інформації, яка була б доступною для іноземців (наприклад, карти розташування громади на передовій). Якщо дотримано міжнародної якості та якості навколишнього звуку без будь-якого тексту за кадром, то іноземні установи можуть працювати з цим. Автентичний регіональний журналістський продукт тоді перетворюється на високотехнологічний інструмент для всесвітнього розповсюдження та міжнародної адвокації через цю оптимізацію.

Логічним наступним кроком після оптимізації виробництва контенту є розробка повної системи для покриття різних каналів його розповсюдження. Поточний спосіб розповсюдження аудіовізуальних продуктів, який, в основному, покладається на органічне охоплення аудиторії на базових платформах онлайн-медіа «Експерт-КР» (YouTube, Facebook та Instagram) все ще є реальністю, але його потрібно ретельно перепозиціонувати та переоснастити, щоб відповідати потребам міжнародної адвокації. Експорт контенту потребує іншого підходу до архітектури кожної мережі: YouTube має бути глобальним архівом високоякісних документальних фільмів з оптимізованими англійськими метаданими (SEO) для міжнародних пошукових систем; Facebook є ключовою платформою для B2B-комунікацій, мережових зв'язків, тегування іноземних партнерів та європейських муніципалітетів; Instagram найкраще підходить для швидко змінюваної аудиторії, міжнародних активістів та української діаспори.

Однак алгоритми цих соціальних мереж в основному орієнтовані на масового споживача, що в умовах глобального інформаційного шуму робить можливим, що складний і драматичний документальний контент є алгоритмічно песимістичним. Щоб подолати цю перешкоду, нова транскордонна стратегія повинна бути реалізована з використанням інструментів точного таргетування, де запуск адаптованих англомовних

продуктів доповнюється цільовими кампаніями, спрямованими на європейські країни або міста-побратими, а інноваційним механізмом є використання крос-постингу (спільного авторства публікацій) з іноземними волонтерськими ініціативами та дружніми іноземними медіа. Таким чином, українська публікація може легітимізувати свій контент у новинних стрічках іноземних партнерів і мати доступ до їх вже сформованої аудиторії безпосередньо.

Водночас стратегічна диверсифікація базується на обов'язковому виході з традиційних соціальних мереж на основі професійної інфраструктури для прямого розповсюдження та розвитку професійної мережі дистрибуції. Цей інституційний напрямок базується на використанні спеціалізованих платформ (наприклад, Vimeo, яка є переважною платформою серед західних продюсерів) для відправки відеоархівів (b-roll) високої якості іноземним журналістам без рекламного втручання, у найвищій якості та у відповідному форматі. Також розробляються стандартизовані цифрові пакети (press kits) для конкретних електронних розсилок дипломатичним місіям та благодійним фондам. Відеоматеріали не ізолюються як окремі пости, а інтегруються як мультимедійні додатки до процесу офіційних грантів та звітів місцевих органів влади.

Також, надзвичайно ефективним і статусним каналом комунікації є офлайн-представництво. Такий вид розповсюдження переносить медіапродукт у фізичний простір міжнародної дипломатії та включає ретельну делегацію документальних проєктів на міжнародні фестивалі фільмів про права людини, виставки, а також організацію показів на європейських муніципальних форумах, академічних конференціях та донорських панелях. Цей гібридний підхід до розповсюдження - від алгоритмічного просування в Instagram до закритих показів для західних зацікавлених сторін - дозволяє журналістському продукту вийти за межі цифрової сфери та гарантувати постійне місце українського контенту у глобальному інформаційному просторі.

На основі попередніх етапів у процесі розробки, фінальним кроком у

розробці стратегії транскордонної комунікаційної стратегії є формування моделі, яка структурує алгоритм дій онлайн-медіа «Експерт-КР» у формалізований, послідовний і замкнутий виробничо-комунікаційний процес. (Додаток Г) Запуск такого механізму починається з початку інформаційного запиту як стартового та верифікаційного етапу, де редакційна команда у співпраці з органами місцевого самоврядування постраждалої громади визначає проблему, яка потребує міжнародної адвокації, та розробляє базовий цільовий наратив майбутнього матеріалу. Ідея затверджується, і потім запускається безпосередній етап виробництва контенту, в якому професійна виробнича команда в цій галузі - журналісти, режисери та оператори - вирушає на місце та знімає документальний фільм про наслідки руйнування або відновлення.

Основна послідовність відеоматеріалу переходить на третій концептуальний етап структурної, технічної та лінгвістичної адаптації. На цьому етапі відбувається модульне «упакування» медіапродукту: створюються англійські субтитри, вставляються короткі та інформативні відеопрезентації (пітчі) для доповнення грантових заявок, створюються стандартизовані архіви не редагованих кадрів (b-roll) для іноземних колег, і пишуться прес-релізи з використанням міжнародної термінології з прав людини.

Добре продуманий багатокомпонентний пакет матеріалів переміщується до точки цільового розповсюдження. На цьому етапі алгоритм запобігає хаотичному масовому розповсюдженню і натомість зосереджується на різноманітних гібридних каналах: точне таргетування та крос-постинг у соціальних мережах, B2B розсилки цифрових пакетів до дипломатичних місій, благодійних фондів та презентації на офлайн-платформах. Завершальним елементом розробленої архітектури є моніторинг зворотного зв'язку та валідація результатів. Цей крок передбачає оцінку не лише кількості переглядів, але й якісного впливу цього процесу: не лише для успіху проекту в отриманні фінансування з-за кордону, але й для успіху в залученні місцевих

муніципалітетів або для більш широкого цитування матеріалів у основних західних медіа. Таким чином, якщо послідовно дотримуватися цього алгоритму, можна побачити, як творчий процес журналістики стає стабільною інституцією, яку можна використовувати методично і передбачувано для здійснення гуманітарної дипломатії.

3.2. Механізми впровадження комунікаційної моделі: розробка перспективного адвокаційного спецпроєкту для онлайн-медіа «Експерт-КР»

Логічним продовженням розробки концептуальної моделі транскордонної комунікаційної стратегії, представленої у попередньому підрозділі, є її практична апробація. З цією метою у даному підрозділі кейс залучення міжнародної підтримки для відбудови Високопільської громади розглядається як конкретний приклад практичної імплементації запропонованого підходу. Такий фокус дозволяє перевести розроблені теоретичні конструкти у площину прикладної адвокації та наочно продемонструвати життєздатність створеної моделі в реальних умовах медіавиробництва.

Це питання є одним з основ для транскордонної комунікації, тому воно має велике стратегічне значення, яке можна взяти з нього в гуманітарній дипломатії. Високопілля, як місце катастрофічного знищення житла та цивільних об'єктів війною, є ідеальним прикладом викликів, з якими стикаються деокуповані території півдня України. Роботи з розмінування та повернення населення, а також відновлення базових комунальних послуг, клінік та освітніх закладів здійснюються в такому соціально-економічному контексті. Ця локальна проблема привертає увагу іноземних акторів: зокрема європейських муніципалітетів, які готові запропонувати цільову допомогу на основі так званої моделі міст-побратимів, а також міжнародних донорських інституцій та урядових агенцій розвитку з конкретними бюджетами, виділеними на відновлення після війни.

Розробка кампанії навколо випадку громади Високопілля чітко демонструє професійну спроможність виробничого ядра онлайн-медіа «Експерт-КР» не лише виконувати базову інформаційну роль, але й стати повноцінним суб'єктом міжнародної комунікації. Завдяки багатоступеневій стратегії та застосуванню цієї концепції, редакційна команда стає посередником, який перетворює сирі візуальні факти з місця подій на спеціалізований адвокаційний продукт, адаптований до суворих вимог та специфічних запитів іноземних партнерів. Цей процес робить регіональний журналістський матеріал прийнятним доказом для отримання цільових інвестицій, що призводить до передачі потреб постраждалої громади безпосередньо до західних центрів прийняття рішень.

Виробничий цикл у розробленій моделі починається зі стратегічного запуску, тобто комунікації редакційної команди «Експерт-КР» з військовою адміністрацією та органами місцевого самоврядування у Високопільській громаді. Це етап, на якому відбувається первинний комунікаційний аудит деокупованої території. Для адвокаційного спеціального проєкту знаходиться конкретна і реальна проблема - відновлення зруйнованого освітнього простору.

Основне повідомлення майбутнього медіапродукту окреслюється на цьому етапі. Оскільки вже відома психологічна орієнтація західної аудиторії на війну, вирішено не експлуатувати лише трагедію, яка проявляється у вигляді зруйнованих стін, згорілих класів та втраченої власності. Основна ідея документального циклу базується на цінності людського капіталу, праві дітей на освіту та стійкості громади. Семантичний акцент робиться на мотивації місцевих вчителів, які продовжують працювати під час кризи, учнів, які хочуть навчатися, і батьків, які готові долучитися до відновлювальних робіт.

Такий конструктивний, орієнтований на майбутнє підхід є життєво важливим для міжнародної адвокації. Він надсилає чітке повідомлення потенційним європейським донорам, містам-побратимам та міжнародним організаціям, що інвестиції у відновлення шкіл стосуються не лише відбудови установ, але й захисту громади - безпечне навчання дітей у школі є головною

причиною повернення сімей з евакуації. Це робить Високопілля не просто пасивною жертвою, а надійним партнером з чітким планом відновлення та організацією, орієнтованою на прозоре застосування грантів.

Після отримання ідеї для адвокаційної мети починається етап прямого медіавиробництва. Професійна виробнича команда онлайн-медіа «Експерт-КР» здійснює серію виїздів до деокупованої Високопільської громади. На цьому етапі головне завдання знімальної групи полягає не в тому, щоб дати швидкий новинний репортаж, а в тому, щоб надати глибоку, чітко візуальну та юридично надійну доказову базу про стан системи освіти.

Робота операторів та журналістів в умовах зруйнованих локацій вимагає тонкого балансування. Камера повинна зосередити увагу на рівні руйнування шкіл та дитячих садків, з одного боку, щоб європейські донори могли отримати уявлення про обсяг необхідного фінансування. З іншого боку, відповідно до прийнятної версії життєздатності, картина повинна також відображати людську сторону проблеми. Знімальна група документує зусилля громади з очищення територій шкіл від уламків, аварійні укриття в підвалах та роботу вчителів з дітьми, які живуть у стресі. Саме ці зображення, з дією та позитивною енергією, дають міжнародній аудиторії найбільший емоційний зв'язок.

Основним технічним результатом цього етапу є створення єдиної «майстер-копії» - величезної колекції найвищої якості відзнятого відеоматеріалу. Виробничий стандарт вимагає чистого звуку оточення (природні звуки локації, звуки роботи, голоси дітей загалом) та глибоких, неспланованих синхронів (інтерв'ю) з безпосередніми учасниками подій. Свідоме відмовлення від надмірно емоційного або дидактичного тексту за кадром журналіста на цьому етапі робить візуальний матеріал автентичним. Первинна контентна база, створена у Високопіллі, стає універсальним фундаментом, готовим до специфічної фрагментації та перепакування для різних міжнародних комунікаційних каналів.

Основний відеоматеріал, отриманий під час зйомок у Високопіллі,

знаходиться на межі концептуального постпродакшну. Згідно з транскордонною моделлю, контент не публікується у вигляді лінійного звіту або стандартної телевізійної історії, а редакційна команда використовує модульну фрагментацію для адаптації «майстер-копії» до потреб різних груп іноземних зацікавлених сторін. В результаті цього спеціалізованого пакування створюються три різні медіаінструменти:

1. Відео-пітчинги: Короткі, оптимізовані за часом кліпи (до 3 хвилин) редагуються для комунікації з інституційними донорами та європейськими муніципалітетами. Відеопослідовність технічно покращена англomовними інфографіками, які чітко викладають потреби громади, такі як бюджет на відновлення будівлі для підтримки ліцею або вентиляційна система шкільного укриття. Продукт є мультимедійним доказовим доповненням, яке допомагає місцевій владі робити офіційні грантові заявки та покращувати їх.

2. Стандартизовані архіви (B-roll): Для задоволення інформаційних потреб іноземних регіональних та національних медіа формуються пакети не редагованих, високоякісних кадрів зруйнованої та відновленої освітньої інфраструктури. Чистий фоновий звук (без голосу за кадром або музики) є ключовою технічною вимогою, яка дозволяє західним телеканалам легітимно та безперешкодно інтегрувати відео з Високопілля у свої новинні випуски (процес медіасиндикації).

3. Документальні фільми-есе: Для залучення до діяльності з прав людини за кордоном, міжнародних форумів та потужних центрів української діаспори створюється глибокий та широкий аудіовізуальний продукт. Основною частиною є професійна лінгвістична адаптація - створення англomовних субтитрів. Це допомагає подолати мовні бар'єри та забезпечує найбільшу емоційну залученість іноземної публіки у підтримку українських освітян та дітей.

Останній етап алгоритму виробничо-комунікаційного виробництва виводить завершений адвокаційний проєкт далеко за межі традиційного регіонального інтернет-мовлення. Щоб отримати фінансування на

реконструкцію освітнього простору у Високопільській громаді, потрібно відмовитися від пасивного очікування органічних переглядів. Натомість редакційна команда приймає проактивну стратегію розповсюдження, поєднуючи цифрові та інституційні канали комунікації.

Цифрові медіа-пакети, які готуються на етапі постпродакшну з відео-підчингами та інфографікою бюджету, спрямовуються через прямі B2B канали комунікації (пряме розсилання). Основними отримувачами цих розсилок є дипломатичні місії європейських країн в Україні, міжнародні благодійні фонди та спеціальні гуманітарні організації (ЮНІСЕФ, міжнародний освітній фонд). Водночас алгоритми соціальних мереж (Facebook, Instagram) використовуються не для масової комунікації, а для запуску таргетованих кампаній. Ці кампанії географічно та професійно орієнтовані на конкретні європейські муніципалітети, які можуть бути містами-побратимами для Високопілля та отримувати пряме патрунування від Високопілля для відновлювальних робіт.

Інноваційним механізмом розповсюдження в цифровому просторі є спільне авторство публікацій з міжнародними освітніми та правозахисними ініціативами. Контент онлайн-медіа «Експерт-КР» легально інтегровано в новинні стрічки іноземних партнерів і буде доступний для встановленої та лояльної аудиторії. Також розроблено офлайн, високостатусний канал розповсюдження для розширених документальних кіноесе про освітян Високопілля, які будуть опубліковані, а саме - на європейських правозахисних кінофестивалях, спеціальних показах на донорських конференціях та панельних дискусіях. Такий багаторівневий підхід дозволяє доставити адвокаційне повідомлення безпосередньо до іноземних осіб, що приймають рішення.

Підсумовуючи, застосування прикладного проектування демонструє, що розробка адвокаційної кампанії для відновлення освітнього простору Високопільської громади є цілком здійсненою та операційною з точки зору реалізації запропонованої транскордонної моделі. Цей процес ілюструє, як

традиційна регіональна журналістика трансформується у виробництво інструментів для міжнародного впливу, з кожним кроком, що складається з чотирьох етапів: від створення образу стійкості замість жертви до модульного пакування та гібридного B2B розповсюдження онлайн-медіа «Експерт-КР». У результаті впровадження цього алгоритму редакційна команда вийшла за межі просто новинного каналу та гуманітарного дипломатичного посередника і тепер може з'єднувати потреби українських деокупованих територій з фінансовими ресурсами іноземних донорів.

3.3. Практичні рекомендації щодо підвищення ефективності та управління інформаційними ризиками в міжнародній адвокаційній діяльності регіональних медіа

Виконання стратегії транскордонної комунікації, яка також слідує прикладу адвокаційної кампанії з відновлення Високопільської громади, демонструє потенціал регіональних медіа в міжнародній гуманітарній дипломатії. Однак масштабування такого підходу та перетворення одноразового спеціального проекту на стійкий курс роботи має свої власні виклики. Управління медіа в умовах воєнного стану, бюджет та специфіка світового цифрового середовища потребуватимуть вирішення через комплексну систему управління ризиками. Для підтримки довгострокового успіху міжнародної адвокації пропонується розробити трирівневу систему рекомендацій для редакцій в аспектах організації, інформаційно-цифрових та операційних питань.

Першим і найважливішим кроком для покращення організації міжнародної адвокаційної діяльності регіональних медіа є інституціоналізація контактної бази. В результаті переходу від локальної інформаційної циркуляції до транскордонної комунікації, редакційні команди можуть стикнутись із проблемою фрагментації даних, коли представників

європейських муніципалітетів та дипломатичних відомств потрібно тримати в різних місцях: особистих месенджерах, записниках або розкиданих електронних таблицях співробітників. І прямою загрозою є втрата інституційної пам'яті: якщо люди змінюються або змінюється виробниче ядро, зв'язки, побудовані протягом років, зникають, і медіа доводиться починати будувати довіру з глобальними партнерами з нуля. Тому регіональні медіа потребують впровадження CRM-систем. Навіть найпростіші та найдоступніші платформи управління проектами можуть бути використані для створення єдиного та організованого цифрового реєстру. Метою цієї системи є централізація всіх контактних даних менеджерів грантів, культурних аташе або представників міжнародних фондів з прав людини для забезпечення систематичного запису історії комунікацій. Інтеграція CRM-систем дозволяє відстежувати дати відправлення конкретних медіапакетів та відео-пітчингів, відстежувати поточні етапи спільних оглядів заявок на гранти, зберігати отриманий зворотний зв'язок та планувати графік подальших дій. Використовуючи таку сувору цифрову систематизацію, професійна журналістська робота в цілому стає стійким дипломатичним процесом, у якому кожен знятий репортаж або документальний фільм-есе документується як частина довгострокової стратегії залучення інвестицій у відбудову. Автоматизація та довгострокове управління контактною базою робить редакцію надійним, прозорим та передбачуваним партнером для західної спільноти, що забезпечує продовження міжнародних адвокаційних кампаній незалежно від будь-яких внутрішніх операційних чи кадрових змін.

Наступним важливим компонентом організаційної модернізації є розвиток професійних навичок основної виробничої команди редакційного колективу. Оскільки сучасний транснаціональний адвокаційний медіапродукт створюється на складному перетині класичної візуальної журналістики, правозахисної діяльності та управління проектами, традиційні навички зйомки та написання текстів об'єктивно недостатні. Для встановлення легітимності контенту, створеного на глобальному рівні, важливо, щоб журналісти,

режисери та оператори регулярно проходили спеціалізоване навчання з основ міжнародного гуманітарного права. Такі правові знання дозволяють знімальній групі, яка працює в деокупованих або постраждалих районах, не лише візуалізувати наслідки атак, але й точно документувати їх, використовуючи юридичну термінологію та відповідно до міжнародної етики щодо чутливого контенту.

Другим, і набагато важливішим, аспектом внутрішнього навчання має бути здатність всієї виробничої команди розуміти основи написання грантів та обґрунтування міжнародних донорських програм. Коли творець контенту - від оператора до автора тексту - знає, що спосіб, у який інвестори фінансують конкретні проєкти, є прозорим для безпосереднього користувача, це змінює весь контекст медіавиробництва. Тепер замість хаотичного документування масштабу руйнувань команди будуватимуть історію для очей донора на основі життєздатності громади, місцевих проєктів та потреб інфраструктури тощо. І з таким систематичним освітнім інтегруванням ліквідується концептуальний розрив між творчим баченням регіональної редакції та суворими формалізованими вимогами західних стейкхолдерів, остаточно закріплюючи за медіа статус компетентного архітектора міжнародних адвокаційних кампаній.

Третя важлива сфера зміцнення організаційної та комунікаційної ефективності полягає у сприянні міжсекторальній співпраці шляхом створення інституційної мережі між регіональними ЗМІ та місцевою громадою. Коли йдеться про фандрейзинг та міжнародну дипломатію сьогодні, редакція як єдиний адвокаційний орган часто є недостатньою через адміністративні та юридичні обмеження. При подачі заявок на фінансування великомасштабних проєктів у Європі, європейські інституційні донори, міжнародні фонди та місцеві громади дотримуються підходу мінімізації ризиків, тому заявники повинні не лише мати добру комунікаційну сторону, але й вміти управляти фінансами та точно звітувати про них. У результаті медіа зможе перейти від ізольованості до створення ефективних стійких

партнерств з відповідними місцевими НУО та благодійними фондами для подачі грантових заявок. Коли є узгоджений та ефективний обмін талантами, ініціатива стає набагато конкурентоспроможнішою. Редакція є одним з найбільш спеціалізованих візуальних та комунікаційних драйверів: вона допомагає створювати якісну відеодоказову базу, добру цільову історію, редагує мультимедійні матеріали та забезпечує універсальне висвітлення будь-якого етапу реалізації проекту для іноземних інвесторів. Партнерські громадські організації також є юридичними професіоналами у сфері прямого адміністрування грантового фінансування, управління операційними процесами та формалізованої звітності. Поєднання цих зусиль формує стабільну інституційну інфраструктуру в основі безпеки та легітимності для західних акторів. Регіональні ЗМІ - це не просто медіа, яке відповідає на питання громади, воно є невід'ємною та юридично захищеною частиною механізму для їх вирішення, щоб медіа-вплив перетворювався на реальні міжнародні інвестиції.

Щоб перейти до розповсюдження створеного адвокаційного продукту на міжнародні цифрові платформи, необхідно знати про суворі правила глобальних технологічних корпорацій, і тому існує важлива потреба в управлінні інформаційними та цифровими ризиками. Однією з головних загроз для успіху транскордонної комунікації між регіональними медіа є так звана алгоритмічна цензура або тіньове блокування. Глобальні соціальні мережі та платформи для розміщення відео, особливо корпорація Meta або YouTube, мають автоматизовані системи модерації для обмеження контенту чутливих матеріалів, зокрема кадрів з наслідками війни та масштабного знищення цивільної інфраструктури або людських страждань. Таким чином, якісний документальний контент з деокупованих територій буде автоматично знижений у пошукових результатах і не матиме органічного охоплення або навіть буде повністю видалений за порушення стандартів спільноти, що знищить всі попередні зусилля редакційної команди та заблокує «доставку» повідомлення європейській аудиторії. Щоб вирішити цей ризик, медіа повинні

встановити багаторівневий протокол цифрового розповсюдження. Під час написання в відкритих соціальних мережах слід спочатку розміщувати графічні та текстові застереження (тригерні попередження), щоб іноземні глядачі заздалегідь знали, що відео буде дуже чутливим. Крім того, на етапі постпродакшну візуальний контент повинен бути ретельно адаптований до масового сегменту. Розмиття занадто жорстоких сцен і уникнення монтажу, що показує шокуючи руйнування, на користь емоцій людей та подолання криз, є способом зберегти адвокаційне повідомлення якомога глибше у відео та у публічному просторі без порушення правил платформ. З іншого боку, щоб показати повну, нецензуровану доказову базу ключовим інституційним зацікавленим сторонам ефективним способом, редакційна команда повинна здійснити стратегічний перехід до закритих професійних відеохостингових сервісів, таких як Vimeo. Таким чином, якщо редакція готова здійснити пряму B2B «доставку» світові через захищені паролем персоналізовані посилання, можна уникнути алгоритмічного блокування незалежними модераторами і все ще мати відеофайли, які надсилаються в найкращій якості без стиснення.

Ще однією надзвичайно небезпечною проблемою в інформаційно-цифровому просторі є постійна загроза з боку російської дезінформаційної машини, яка активно краде та спотворює оригінальний український відеоконтент. Створюючи високоякісні, емоційно насичені візуальні докази з деокупованих територій, виробнича команда регіональних медіа створює новий контент, який ворожа пропаганда може завантажити, перемонтувати та вставити у власні фейкові наративи, наприклад, зображуючи російські обстріли цивільних об'єктів як дії української армії. Щоб забезпечити безпеку та автентичність авторської роботи на глобальному рівні та в медіа, редакційні команди повинні застосовувати дуже суворий підхід до цифрової верифікації під час виробництва. Першим рівнем захисту є вимога графічного маркування кожної одиниці контенту на виході шляхом накладання водяних знаків. Розміщувати їх потрібно в центральних точках кадру, щоб її не можна було обрізати або розмити без втрати вмісту відео.

Також потрібно зберігати цифрові метадані будь-якого контенту у медіафайлах. Це дозволяє зберігати постійний запис точної дати зйомки, технічних параметрів камери та факту, що матеріал створений оригінальним автором контенту, що є дуже важливим аргументом для західних фактчекерів та платформ у випадку суперечок щодо авторських прав. У разі крадіжки та маніпуляції знятим матеріалом у ворожих джерелах, медіа повинні негайно ініціювати протокол реагування на кризу, що означає видачу офіційних обґрунтованих спростувань англійською мовою для іноземних партнерів та дипломатів, які повинні мати доступ до оригінальних вихідних файлів як доказ правдивості української історії. Такий складний технічний та комунікаційний захист забезпечить від того, що ворожі інформаційні операції не зможуть дискредитувати візуальні докази та поставити під загрозу довіру європейських інституційних донорів до регіональних медіа, яку європейські інституції мають до місцевих медіа.

Останній, але найважливіший вимір управління ризиками в реалізації стратегії адвокації через кордони - це операційні та психологічні загрози, серед яких найважливішим є забезпечення безпеки знімальної групи. Робота регіональної медіа-команди в деокупованих районах є постійною загрозою для життя та здоров'я виробничого ядра через високий ризик мінної небезпеки, нерозірваних боєприпасів та ймовірність обстрілів ворога. Оскільки саме зйомка на місці зруйнованої інфраструктури та документування впливу пошкоджень є необхідними для надання якісного документального матеріалу міжнародним донорам, відмовитися від польових поїздок неможливо; тому така робота може виконуватися лише в безпечному середовищі відповідно до можливостей та спеціалізованих практик безпеки. Єдиний спосіб мінімізувати фізичний ризик - це перевірка маршрутів та координація з військовими прес-офіцерами та підрозділами цивільно-військового співробітництва, які знають реальну ситуацію на місцевості та наскільки можливо розмінувати ділянку. Жоден виробничий процес не може продовжуватися без попереднього брифінгу та дозволу від відповідального прес-офіцера, який часто

супроводжує медіа-працівників у небезпечних зонах і забезпечує, щоб знімальна група рухалася лише легітимними та безпечними шляхами. Окрім адміністративного схвалення, редакційна команда медіа повинна забезпечити кожного члена команди професійним особистим захисним обладнанням, такими як бронежилети, шоломи з чітко визначеним візуальним маркуванням «PRESS». Крім того, всі особи, залучені до процесу зйомки, повинні бути навчені наданню домедичної допомоги та забезпечені актуальними особистими аптечками першої допомоги. Ці правила змінюють фокус безпеки з окремих співробітників на системно визначений редакційний стандарт, який захищає життя та здоров'я команди та забезпечує ефективну роботу медіа в найнебезпечніших ситуаціях для збору адвокаційного матеріалу.

Ключовим і часто недооціненим аспектом управління ризиками при впровадженні транскордонної адвокаційної стратегії є запобігання психологічному вигоранню та вторинній травматизації команди виробництва. Робота над кризовими темами, документація, включаючи постійні людські страждання, руйнування та травми, на деокупованих територіях накладає надзвичайно високе емоційне навантаження на медійників у довгостроковій перспективі. Це особливо важко для постійних членів основного штату у головному виробництві, які не лише повинні взаємодіяти з травмованими респондентами під час польових зйомок, але й проводити години, обробляючи цей важкий візуальний матеріал на етапах постпродакшну та монтажу. Ситуація ускладнюється тим, що ключові спеціалісти основної команди часто також є наставниками та координують і спрямовують роботу інших членів команди, тому вони психологічно обтяжені, і їхня емоційна втома та вигорання можуть легко зашкодити всій команді та всій організації. Щоб підтримувати високу продуктивність та психічне здоров'я команди, керівництво регіональних медіа повинно впровадити більше механізмів психологічного розвантаження у виробничий процес. Першим практичним кроком є введення суворої ротації тем, при якій важкі репортажі з постраждалих громад свідомо та систематично чергуються з позитивними

випадками відновлення, міськими проектами та висвітленням місцевих культурних ініціатив, щоб автори могли легко переорієнтувати свої емоції. Крім того, надання професійної психологічної підтримки команді на регулярній основі, наприклад, у формі індивідуальних консультацій або групового обговорення для розмови про травматичні переживання та як їх можна пом'якшити, якщо це потрібно, має бути внутрішньою інституційною нормою. Найважливішим рішенням в організації є повний адміністративний контроль над усім графіком відпочинку після важкої поїздки на деокуповані території, щоб забезпечити можливість медіаорганізації продовжувати здійснювати міжнародну адвокацію у довгостроковій перспективі без постійної втрати людського капіталу.

Підсумовуючи викладене, ефективна міжнародна адвокація регіональними медіа неможлива без раннього виявлення та подолання таких загроз. Комплексний підхід до управління ризиками, який органічно об'єднує процеси в одному місці, контролює безпеку цифрового контенту та має абсолютний пріоритет на фізичну та психологічну безпеку виробничої команди, є ключем до успіху. Така багаторівнева система захисту дозволяє місцевій редакційній команді стати безпечним і надійним міжнародним постачальником гуманітарної дипломатії. Управляючи організаційними, інформаційними та операційними ризиками, транскордонна адвокаційна стратегія стає найбільш стійкою до зовнішніх або внутрішніх загроз на практиці. Це забезпечує постійну комунікацію з європейськими інституційними донорами, захист унікальної візуальної доказової бази від маніпуляцій російської пропаганди та професійний потенціал медіаорганізації, що в кінцевому підсумку дозволяє успішно та стійко виконувати основну місію міжнародної гуманітарної дипломатії - залучати міжнародне фінансування до постраждалих українських громад.

Висновки до розділу 3

Третій розділ дипломної роботи був присвячений детальному прикладному формуванню транскордонної адвокаційної діяльності регіональних медіа та стратегії управління цими інституційними, інформаційними та операційними ризиками. Було впроваджено багаторівневу комунікаційну стратегію, основним принципом якої є відмова від старого медійного наративу жертв. Показано, що надмірна експлуатація безпорадної жертви завжди призводить до емоційного виснаження іноземної аудиторії та зниження грантової активності в довгостроковій перспективі.

Практичне тестування цієї моделі було досягнуто шляхом створення повноцінної адвокаційної кампанії для онлайн-медіа «Експерт-КР», спрямованої на європейське цільове фінансування для відновлення зруйнованого освітнього простору деокупованої Високопільської громади.

Водночас дослідження показало, що неможливо, щоб транскордонна комунікаційна стратегія була стійкою та ефективною, якщо вона не інтегрована зі стратегією управління ризиками. Перехід медіа до систематичної міжнародної діяльності може вимагати термінових змін в організації. Одним з перших кроків для цього може бути інституціоналізація контактних баз даних через CRM-системи, щоб не втратити дипломатичні зв'язки. Водночас професійна компетентність у галузі міжнародного гуманітарного права та базового написання грантів виробничого ядра та стійка гармонійна співпраця з місцевими НУО для роботи над заявками на гранти є дуже важливою.

Захист унікальних візуальних продуктів від алгоритмічної цензури (тіньового бану) та подолання крадіжки контенту російською пропагандистською машиною може досягтися через обов'язкове багаторівневе цифрове маркування, вбудовування метаданих, застережень та перехід на закриті професійні відеохостингові платформи, такі як Vimeo.

Нарешті, основною гарантією безперебійної роботи медіа в умовах

воєнного стану є управління оперативними та психологічними загрозами. Було продемонстровано, що суворе дотримання протоколів фізичної безпеки під час виїздів на деокуповані території, тісна координація дій з військовими прес-офіцерами та гнучка ситуативна адаптація візуальної ідентифікації знімальних груп є важливими для збереження життя журналістів. Водночас систематична профілактика емоційного вигорання та вторинної травматизації команди через обов'язкову професійну психологічну підтримку, суворий контроль відпочинку та ротацію кризових тем дозволяє зберегти людський капітал редакції. Підсумовуючи, повна реалізація розроблених алгоритмів виробництва та інструментів управління ризиками робить адвокаційну стратегію регіональних медіа максимально стійкою до зовнішніх та внутрішніх криз, забезпечуючи ефективне та довгострокове виконання місії з залучення міжнародних ресурсів для відновлення України.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного комплексного дослідження мету дипломної роботи повністю досягнуто: здійснено глибоке теоретико-методологічне обґрунтування та успішне практичне проєктування механізмів трансформації регіональних медіа в дієвий інструмент міжнародної гуманітарної дипломатії. Було доведено, що в умовах безпрецедентних викликів збройного конфлікту та потреб масштабної повоєнної відбудови локальні редакції здатні еволюціонувати від статусу традиційних ретрансляторів місцевих новин до ролі проактивних архітекторів транскордонної адвокації, конвертуючи свій інформаційний потенціал у реальну ресурсну підтримку для постраждалих українських територій.

По-перше, системний аналіз теоретичних та концептуальних основ міжнародної адвокації й гуманітарної дипломатії підтвердив, що в умовах сучасних тривалих збройних конфліктів структура залучення міжнародної підтримки зазнає суттєвих змін. Дослідження показало, що традиційна інформаційно-ретрансляційна парадигма журналістики, яка зосереджена виключно на масовій аудиторії та загальному викладі фактів, значною мірою втратила свою ефективність у транскордонному контексті. На тлі глобального перенасичення інформацією про кризу та виникнення явища «втоми від війни» (donor fatigue) серед закордонних громад, традиційні макрорівневі методи державної дипломатії все частіше не здатні задовольнити специфічні та термінові потреби окремих регіонів.

Відповідно, науково обґрунтовано наголошено на необхідності децентралізації дипломатичних зусиль і активного залучення медійних інститутів до прямих транскордонних комунікацій. Встановлено, що регіональні медіа мають унікальний стратегічний потенціал завдяки своїй безпосередній близькості до подій, глибокому розумінню локальних інфраструктурних і соціокультурних контекстів та високому рівню довіри з боку місцевого населення. Їхня еволюція як інституцій та свідомий перехід від

пасивного висвітлення новин до проактивної проектно-адвокаційної діяльності дозволяють локальним редакціям виконувати життєво важливу роль надійних медіаторів.

Трансформація регіональних медіа в повноцінні суб'єкти гуманітарної дипломатії створює можливість для ефективного подолання бар'єра інформаційної апатії західних учасників. Це формує міцну основу для встановлення прямої, прозорої і довірчої взаємодії між українськими громадами, які постраждали від російської агресії, а також іноземними інституційними донорами, міжнародними фондами і європейськими муніципалітетами, які зацікавлені у цілеспрямованому інвестуванні в процеси повоєнної реконструкції.

По-друге, концептуальне переосмислення специфіки формування адвокаційного повідомлення виявило критичну необхідність глибокої трансформації комунікаційних стратегій під час взаємодії із західними стейкхолдерами. Дослідження переконливо довело, що традиційне використання деструктивного наративу жертви - зокрема, надмірна увага до образу безпорадної жертви, масштабів руйнувань та людських страждань - має обмежений термін дії. Хоча такий емоційний тиск міг бути ефективним на початку повномасштабного вторгнення для швидкого залучення гуманітарної допомоги, у стратегічному вимірі він неминуче призводить до відторгнення, емоційного виснаження іноземної аудиторії й зниження інвестиційної активності з боку системних донорів.

Натомість успішною умовою транскордонної комунікації визначено перехід до створення та систематичного просування наративів життєстійкості, інституційної підзвітності та непохитної суб'єктності постраждалих українських громад. Встановлено, що ефективне адвокаційне повідомлення повинно не лише юридично коректно зафіксувати факти воєнних злочинів і завданих збитків, а й чітко демонструвати готовність місцевих інституцій до прозорої співпраці, наявність конкретного бачення власного майбутнього та спроможність до швидкого соціального й інфраструктурного відновлення.

Такий конструктивний підхід, зорієнтований на пошук рішень (solution journalism), відповідає суворим прагматичним критеріям і стандартам європейських інституційних інвесторів. Це дозволяє суттєво змінити сприйняття українських локальних громад в очах міжнародної спільноти: перетворити їх із пасивних отримувачів благодійної допомоги на сильних, цілеспрямованих та надійних партнерів у глобальному процесі відбудови.

По-третє, на основі оновленої концептуальної бази було успішно реалізовано практичне моделювання комплексної транскордонної адвокаційної кампанії, використовуючи приклад ініціативи залучення європейських ресурсів для відновлення зруйнованого освітнього простору деокупованої Високопільської громади. Практична апробація цього кейсу, розробленого в рамках онлайн-медіа «Експерт-КР», переконливо продемонструвала неефективність традиційних форматів лінійних новинних телесюжетів при роботі із західною аудиторією. Натомість був обґрунтований і впроваджений інноваційний алгоритм міжнародного медіавиробництва, основою якого стало модульне пакування контенту.

Цей підхід передбачає створення адаптивних, спеціалізованих цифрових медіапакетів (press kits), які легко налаштовуються під специфічні запити різних стейкхолдерів. Дослідження показало, що оптимальна структура такого пакета повинна включати: короткі та динамічні відеопітчинги для первинного залучення уваги інвесторів; детальні документальні кіноесеї, що висвітлюють соціокультурний та інвестиційний потенціал громади; а також стандартизовані архіви високоякісних візуальних доказів (b-roll), підготовлені юридично та технічно для вільного використання журналістами, дипломатами та дослідниками.

Продовженням цього виробничого алгоритму стало проектування стратегії цільової гібридної B2B-дистрибуції. Було встановлено, що для досягнення практично вимірюваних результатів створений адвокаційний медіапродукт не повинен розпорошуватися у масових соціальних мережах, оскільки їх алгоритми не гарантують досягнення цільової аудиторії. Натомість

розроблена комунікаційна модель передбачає пряме адресне поширення контенту безпосередньо до європейських центрів ухвалення рішень: дипломатичних представництв, міжнародних донорських фондів, грантових організацій і партнерських муніципалітетів. Така точкова дистрибуція дозволяє подолати бар'єри традиційних масових комунікацій і забезпечити доставку детально сформульованого адвокаційного повідомлення саме тим установам, які мають реальні фінансові й експертні ресурси для підтримки проєктів відновлення України після війни.

По-четверте, доведено необхідність імплементації комплексного протоколу ризик-менеджменту як невід'ємної частини ефективної та сталої міжнародної адвокаційної діяльності регіональних медій. Встановлено, що перехід місцевих редакцій до системної транскордонної комунікації потребує суттєвої внутрішньої інституціональної модернізації. Це має охоплювати цифровізацію управління зв'язками через впровадження CRM-систем для збереження інституціональної пам'яті, посилення експертизи команди у сферах грантрайтингу та міжнародного гуманітарного права, а також розвиток міжсекторальної взаємодії з відповідними громадськими організаціями задля утворення надійних партнерських консорціумів.

Водночас виявлено важливість управління цифровими ризиками в умовах глобального інформаційного протиборства та жорстких політик модерування соціальних мереж. Розроблено ефективні механізми захисту створеної візуальної доказової бази від алгоритмічної цензури (shadowbanning) і російської дезінформації, яка активно намагається привласнити або дискредитувати український контент. Для нівелювання цих загроз обґрунтована необхідність використання закритих професійних платформ (наприклад, Vimeo) під час B2B-дистрибуції й застосування багаторівневого цифрового маркування разом із дисклеймерами та метаданими у медіафайлах.

Нарешті, основним гарантуючим фактором безперервності функціонування медійної організації за умов війни визначено суворе управління операційними та психологічними викликами. Це передбачає

дотримання строгих протоколів фізичної безпеки знімальних груп під час польових місій у деокупованих територіях із обов'язковою координацією дій з військовими пресофіцерами й гнучкою ситуативною ідентифікацією. Не менш важливою є систематична профілактика емоційного вигорання та вторинної травматизації ключового виробничого ядра редакції шляхом запровадження професійного психологічного супроводу, контролю за графіками відпочинку та регулярною ротацією кризових тем.

У результаті проведеного дослідження беззаперечно підтверджується, що всебічна реалізація запропонованих інноваційних комунікаційних стратегій, модульних виробничих алгоритмів і жорстких протоколів ризик-менеджменту дозволяє регіональним медіа остаточно перейти до статусу стійкого, впливового та легітимного учасника міжнародної адвокації. Це створює принципово нові стратегічні можливості для децентралізації гуманітарної дипломатії в умовах затяжного конфлікту. Локальні редакції перестають бути сторонніми спостерігачами і стають потужними архітекторами міжнародної підтримки, здатними ефективно трансформувати свій унікальний інформаційний капітал у реальні фінансові, технічні та експертні ресурси, які є життєво важливими для масштабної відбудови українських територій після війни.

Перспективи подальших наукових досліджень у цій сфері бачаться в практичному адаптуванні розробленої транскордонної комунікаційної моделі до інших регіонів України, аналізі специфіки адвокаційних кампаній для різних типів інфраструктурних об'єктів, а також у глибокому дослідженні довгострокової ефективності новітніх гібридних форм міжсекторального партнерства між регіональними медіа, органами місцевого самоврядування та міжнародними донорськими установами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 329 українських медіа закрилися з початку повномасштабного вторгнення РФ – дослідження ІМІ. Інститут масової інформації. 2024. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/329-ukrayinskyh-media-zakrylys-z-pochatku-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-rf-doslidzhennya-imi-i64960>
2. Стан українських регіональних медіа 2025 року / Media Development Foundation. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/#team-6>
3. Білоусенко О. Медіа теж потребують відновлення. Детектор медіа. 2025. URL: <https://detector.media/community/article/238695/2025-03-01-media-tezh-potrebuyut-vidnovlennya/>
4. Остапець Ю. О. Електоральні процеси в Україні: загальнонаціональний та регіональний виміри : дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.02. Львів, 2017.
5. Змій Л. М. Українські регіональні засоби масової комунікації: соціологічна інтерпретація : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04 / Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2013.
6. Чорна І. Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі Жмеринської преси. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2015.
7. Станкевич-Волосянчук О. Адвокація як метод впливу : практичний посібник. Ужгород, 2013.
8. Keck M. E., Sikkink K. Activists beyond Borders. Ithaca : Cornell University Press, 1998.
9. Wallack, L., Dorfman, L., Jernigan, D., & Themba, M. Media Advocacy and Public Health: Power for Prevention. Newbury Park : Sage Publications, 1993.
10. Entman, R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication, 1993.
11. Iyengar, S. Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues. Chicago : University of Chicago Press, 1991.

12. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 1972.
1. Wallack, L. Media Advocacy: A Strategy for Empowering People and Communities. *Journal of Public Health Policy*. 1994.
2. Chouliaraki, L. The Spectatorship of Suffering. London : Sage Publications, 2006.
3. Murdie, A., & Davis, D. R. Shaming and Blaming: Using Events Data to Assess the Impact of Human Rights INGOs. *International Studies Quarterly*. 2012.
4. Minear, L., & Smith, H. Humanitarian Diplomacy: Practitioners and Their Craft. Tokyo : United Nations University Press, 2007.
5. Seib, P. Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era. Palgrave Macmillan, 2012.
6. Gilboa, E. Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects. *Diplomacy and Statecraft*. 2001.
7. Robinson, P. The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention. London : Routledge, 2002.
8. Cull, N. J. Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008.
9. Інформаційна втома як вікно можливостей: шанс для регіональних медіа в умовах війни та після неї / MDF Research Lab. URL: <https://www.mediadevelopmentfoundation.org/research/informaczijna-vtoma-yak-vikno-mozhlyvostej-shans-dlya-regionalnyh-media-v-umovah-vijny-ta-pislya-neyi/>
10. Дивимося, читаємо, слухаємо: як змінилося медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни / Громадянська мережа ОПОРА. URL: https://opora.ua.org/polit_ad/divimosia-chitaiemo-slukhaiemo-iak-zminilosia-mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-24121.
11. Сайт онлайн-медіа «Експерт-КР». URL: <https://www.expertkr.com.ua/?fbclid=IwY2xjawRjpphleHRuA2FlbQIxMABicmlkETFRVVo4YVoxZ0NzcII2N0hRc3J0YwZhchBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIw>

[MDg5MgABHvY3oNWJCt-](https://www.youtube.com/channel/UCMDg5MgABHvY3oNWJCt-Nm54u3OCfqRhA5XD86bWKRm7pRsOsyRfTApxklo75IWs9LQ6g_aem_xmCZ573AhZhiSthfXpOg7w)

[Nm54u3OCfqRhA5XD86bWKRm7pRsOsyRfTApxklo75IWs9LQ6g_aem_xmCZ573AhZhiSthfXpOg7w](https://www.youtube.com/channel/UCMDg5MgABHvY3oNWJCt-Nm54u3OCfqRhA5XD86bWKRm7pRsOsyRfTApxklo75IWs9LQ6g_aem_xmCZ573AhZhiSthfXpOg7w)

12. EXPERT-KR : YouTube-канал онлайн-медіа «Експерт-КР». URL: <https://www.youtube.com/c/EXPERTKR2015>

13. Руїни після росіян у херсонських селах : відео. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1sVEIQOsfjQ>

14. Звірства у Великій Олександрівці : відео. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=OHc_AAWLG-o

15. Жахи окупації в селищі Красновка Херсонської області : відео. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uEmBG7fWR8A>

16. Що зараз, після окупації, в одному з найкрасивіших і найуспішніших сіл Херсонщини? : відео. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y5157nwmil8>

17. На Херсонщині людям допомагають відновлювати помешкання : відео. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AMHKXB1Jv5w>

18. Як на Херсонщині ліквідовують наслідки підриву Каховської ГЕС : відео. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ErlSKFoMa-U>

19. Як відновлюється громада, яка 10 місяців жила під російськими обстрілами : відео. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IeeQNBhFqY4>

20. Moeller S. D. Compassion Fatigue: How the Media Sell Disease, Famine, War and Death. New York : Routledge, 1999.

21. Різун В. В., Скотникова Т. В. Методи наукових досліджень у масовій комунікації. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 264 с.

22. YouTube-аналітика онлайн-медіа «Експерт-КР» (внутрішні статистичні дані каналу).

ДОДАТКИ

Додаток А

Емпірична база дослідження:

Вибіркова сукупність найпопулярніших відеоматеріалів

(Довісний період: 1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року)

№	Період	Назва відео	Дата публікації	Кількість переглядів (на момент дослідження)	Посилання
1	2	3	4	5	6
1	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Де проєкт реконструкції стадіону "Металург"?	11.02.2021	2 399	https://www.youtube.com/watch?v=epIRnR6ThfA
2	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	НЕСКОРЕНІ влучити в ціль життя Василь Стуженко	06.03.2021	4 321	https://www.youtube.com/watch?v=BEk5i0HicvQ
3	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Еротика в цирку, "обнаженка" у клубі та інше Про події, що минули у Кривому Розі ШОУКУЛЬТУРИ	15.03.2021	6 846	https://www.youtube.com/watch?v=RxlpMCcnld4
4	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	РЕТРО КРИВИЙ РІГ Дзержинка, частина третя СТАРІ ФОТО!	20.04.2021	3 223	https://www.youtube.com/watch?v=zEThLJHztAk
5	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	"НОВА ФАБРИКА": "АРСЕЛОРМІТТАЛ" ШУКАЄ 300 МАЙБУТНІХ МЕТАЛУРГІВ	23.04.2021	2 289	https://www.youtube.com/watch?v=1lPUgXkw480
6	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Жорж Каруца: Спорт - моє життя	05.06.2021	2 357	https://www.youtube.com/watch?v=8xdUIXMUe4
7	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	МЕДИКИ ПРОСЯТЬ ЗБЕРЕГТИ ВОСЬМУ ЛІКАРНЮ!	10.06.2021	12 797	https://www.youtube.com/watch?v=mL_86BuOg2c

Продовження додатку А

1	2	3	4	5	6
8	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Індустріальна спадщина: як працює туристичний магніт Кривого Рогу?	03.07.2021	12 176	https://www.youtube.com/watch?v=BGvojS83aFk
9	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Блага звістка для ромів	11.07.2021	3 205	https://www.youtube.com/watch?v=NF-PcwHUt4
10	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Юрій Григорович IS BACK	25.08.2021	3 029	https://www.youtube.com/watch?v=ICPPbWdIogg
11	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Гіля Ромен: пісні циган	01.09.2021	3 943	https://www.youtube.com/watch?v=wjqj7eVEnyk
12	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Михайло Радущкий про лікарні Кривого Рогу	16.09.2021	7 635	https://www.youtube.com/watch?v=QNV7IL8VX88
13	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Скарга на Юрія Вілкула і словесний понос	14.10.2021	3 495	https://www.youtube.com/watch?v=E2vaLJKx3SU
14	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	"Сталь Україна" і профспілки підписали угоду	09.12.2021	3 227	https://www.youtube.com/watch?v=Z73tA4NosBc
15	1 січня 2021 року – 23 лютого 2022 року	Що з грошима на тероборону	21.01.2022	5 902	https://www.youtube.com/watch?v=Z3Oov2beqrg

Додаток Б

Емпірична база дослідження: Вибіркова сукупність найпопулярніших відеоматеріалів

(Воєнний період: 24 лютого 2022 року – 31 грудня 2022 року)

№	Період	Назва відео	Дата публікації	Кількість переглядів (на момент дослідження)	Посилання
1	2	3	4	5	6
1	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Жахи окупації в селищі Красновка Херсонської області	27.05.2022	352 889	https://www.youtube.com/watch?v=uEmBG7fWR8A
2	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Звірства у Великій Олександрівці	29.05.2022	199 729	https://www.youtube.com/watch?v=OHcAAWLG-o
3	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Мешканці Князівки в Херсонській області розказують про період окупації	25.09.2022	346 071	https://www.youtube.com/watch?v=vKHu919J4UM
4	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Що зараз, після окупації, в одому з найкрасивіших і найуспішніших сіл Херсонщини?	03.10.2022	132 533	https://www.youtube.com/watch?v=Y5157nwmil8
5	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Як Золота Балка пережила окупацію	20.10.2022	128 699	https://www.youtube.com/watch?v=RJTk2ggYWMs
6	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Переправив човном 3000 людей із окупованої Херсонщини	21.10.2022	289 745	https://www.youtube.com/watch?v=eiGmReGN7xk
7	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Розповідь із деокупованої Хрещенівки на Херсонщині	27.10.2022	348 542	https://www.youtube.com/watch?v=jWUQ_q-_o84
8	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Історії про окупацію та звільнення села в Херсонській області	30.10.2022	263 984	https://www.youtube.com/watch?v=Nj-xFsW1cbw
9	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Як росіяни грабували Хрещенівку на Херсонщині: розповідь мешканця	04.11.2022	332 335	https://www.youtube.com/watch?v=ftGwgdDjRPI

Продовження додатку Б

1	2	3	4	5	6
10	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Як після росіян живе Херсонщина	07.11.2022	227 586	https://www.youtube.com/watch?v=vCLZcrUXK8g
11	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Жителі Херсонщини про російську окупацію	10.11.2022	422 126	https://www.youtube.com/watch?v=xL02XbUXtn8
12	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Руїни після росіян у херсонських селах	11.11.2022	183 674	https://www.youtube.com/watch?v=lsVEIQOsfjQ
13	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Історія родини, яка пережила російську окупацію	19.11.2022	240 071	https://www.youtube.com/watch?v=MYTCmvg4MIY
14	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Сім місяців російської окупації села на Херсонщині	20.11.2022	141 517	https://www.youtube.com/watch?v=booyS4l_DnI
15	24 лютого 2022 року - 31 грудня 2022 року	Про колаборантів, мародерів і окупантів на Херсонщині	28.11.2022	679 284	https://www.youtube.com/watch?v=RTEz8baBLZg

Додаток В

Матриця контент-аналізу
(Довоєнний період: 1 січня 2021 – 23 лютого 2022)

№	Назва відеоматеріалу	Ключова тематика / Наратив	Тип головного героя	Функція медіа / Роль журналіста/ки	Візуально-режисерська репрезентація
1	Де проєкт реконструкції стадіону "Металург"?	Міська інфраструктура, будівництво	Чиновники, будівельники	Контроль обіцянок влади	Зйомка об'єкта, стендап, синхрони
2	НЕСКОРЕНІ влучити в ціль життя Василь Стуженко	Соціальний портрет, надихаюча історія	Ветеран, спортсмен	Створення надихаючого контенту	Художня репортажна зйомка, портретні плани
3	Еротика в цирку, "обнаженка" у клубі та інше Про події, що минули у Кривому Розі ШОУКУЛЬТУРИ	Розважальний контент, культурний огляд	Ведучий, артисти	Огляд подій, розвага аудиторії	Студійна зйомка, динамічний монтаж
4	РЕТРО КРИВИЙ РІГ Держинка, частина третя СТАРІ ФОТО!	Історія міста, краєзнавство	Краєзнавець, ведучий	Просвітництво	Студійна зйомка, робота з архівами
5	"НОВА ФАБРИКА": "АРСЕЛОРМІТТАЛ" ШУКАЄ 300 МАЙБУТНІХ МЕТАЛУРГІВ	Промисловість, працевлаштування	Працівники підприємства	Інформування (корпоративний огляд)	Промислова зйомка, промо-стилістика
6	Жорж Каруца: Спорт - моє життя	Соціальний портрет, спорт	Спортсмен, тренер	Створення соціального портрета	Художня зйомка, динаміка
7	МЕДИКИ ПРОСЯТЬ ЗБЕРЕГТИ ВОСЬМУ ЛІКАРНЮ!	Міська інфраструктура, медицина	Лікарі, активісти	Висвітлення проблеми, модерація дискусії	Репортажна зйомка, синхрони, перебивки
8	Індустріальна спадщина: як працює туристичний магніт Кривого Рогу?	Культура, локальний туризм	Екскурсоводи, туристи	Інформування, просвітництво	Видові кадри, стандартний телесюжет
9	Блага звістка для ромів	Соціальна сфера, національні меншини	Представники ромської громади	Інформування, соціальна підтримка	Стандартний інформаційний репортаж
10	Юрій Григорович IS BASK	Місцева політика	Політик (чиновник)	Політичний огляд	Репортажні або архівні кадри
11	Гіля Ромен: пісні циган	Культура та мистецтво меншин	Музиканти	Культурна репрезентація	Концертна зйомка, репортаж
12	Михайло Радучкий про лікарні Кривого Рогу	Політика, медична реформа	Політик (чиновник)	Інформування	Паркетна зйомка, інтерв'ю
13	Скарга на Юрія Вілкула і словесний понос	Локальна політика, політичні конфлікти	Міський голова, депутати	Фіксація конфлікту, відсторонене спостереження	Репортажна фіксація, статика
14	"Сталь Україна" і профспілки підписали угоду	Економіка, промисловість	Профспілкові лідери, менеджмент	Інформування	Офіційна паркетна зйомка
15	Що з грошима на тероборону	Місцева політика, безпека	Депутати, чиновники	Контроль влади, інформування	Репортаж із сесійної зали, статика

Додаток Г

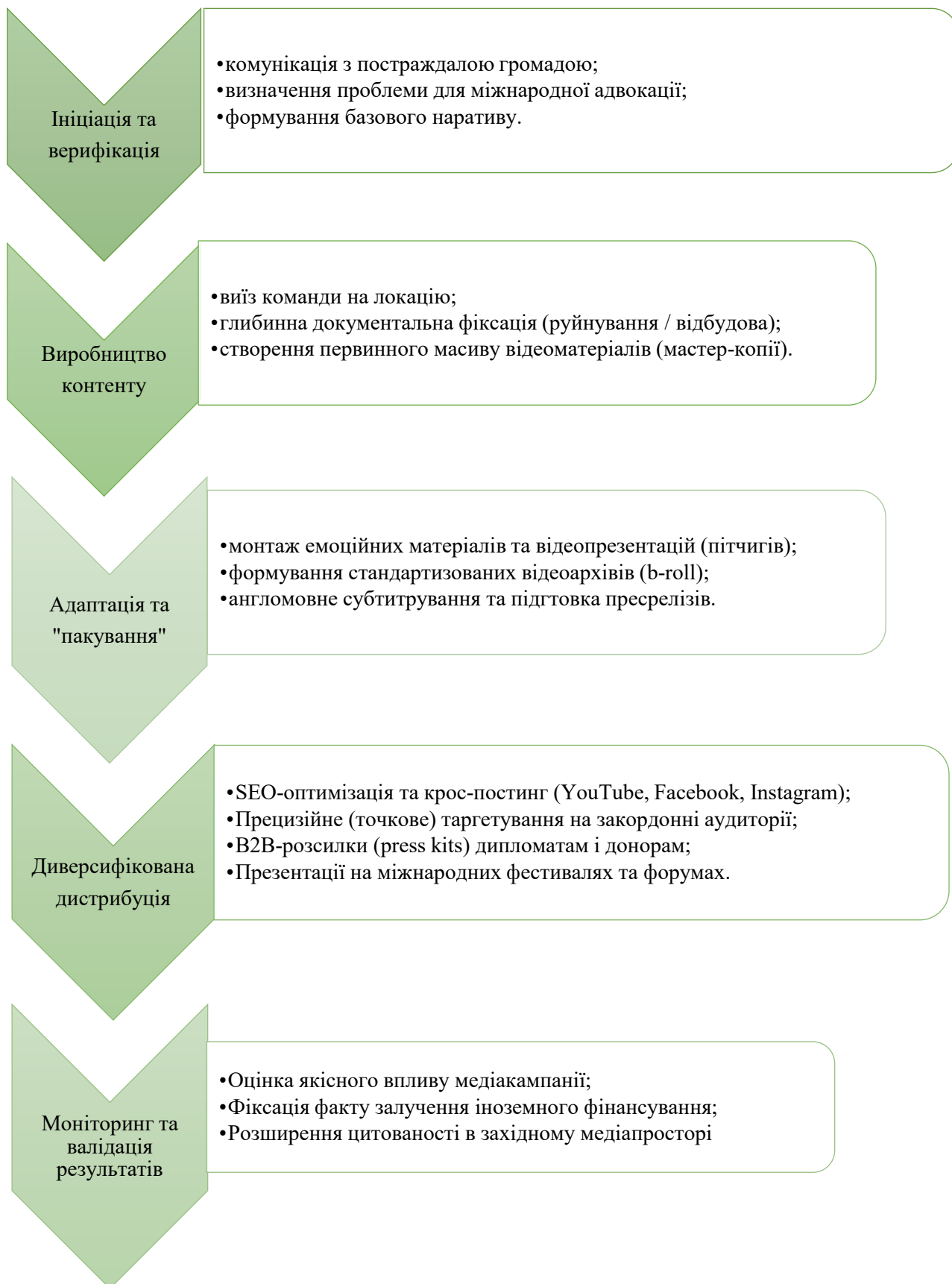
Матриця контент-аналізу (Воєнний період: 24 лютого – 31 грудня 2022)

№	Назва відеоматеріалу	Ключова тематика / Наратив	Тип головного героя	Функція медіа / Роль журналіста	Візуально-режисерська репрезентація
1	2	3	4	5	6
1	Жахи окупації в селищі Красновка Херсонської області	Воєнні злочини, гуманітарна трагедія	Жертви воєнних злочинів	Документування трагедії, адвокація	Кінодокументалістика, акцент на руйнуваннях
2	Звірства у Великій Олександрівці	Воєнні злочини, насильство	Жертви насильства, свідки	Пряма адвокація, доказова база для правосуддя	Жорстка документалістика, доказові кадри
3	Мешканці Князівки в Херсонській області розказують про період окупації	Досвід окупації, злочини проти цивільних	Свідки окупації	Документування воєнних злочинів	Документальні інтерв'ю-сповіді
4	Що зараз, після окупації, в одному з найкрасивіших і найуспішніших сіл Херсонщини?	Контраст миру і війни, втрата, руйнування	Місцеві мешканці	Гуманітарний меседж, фіксація втрат	Кінематографічне порівняння, художній монтаж
5	Як Золота Балка пережила окупацію	Досвід громади, свідчення про окупацію	Мешканці села	Свідчення, документування	Документальний репортаж
6	Переправив човном 3000 людей із окупованої Херсонщини	Героїзм цивільних, евакуація, порятунок	Волонтер, рятівник	Трансляція надихаючого наративу	Документальний портрет, динаміка
7	Розповідь із деокупованої Хрещенівки на Херсонщині	Наслідки окупації, звільнення	Мешканці деокупованих територій	Свідчення для історії, інформування	Репортаж із місця подій, документальні кадри
8	Історії про окупацію та звільнення села в Херсонській області	Окупація, деокупація, стійкість	Селяни, свідки	Фіксація наслідків, літопис війни	Репортажна документалістика
9	Як росіяни грабували Хрещенівку на Херсонщині: розповідь мешканця	Мародерство, фіксація злочинів	Потерпілий, свідок	Фіксація фактів мародерства	Інтерв'ю-сповідь, фіксація деталей
10	Як після росіян живе Херсонщина	Гуманітарна криза, відновлення, руйнування	Місцеві мешканці, волонтери	Привернення уваги (гуманітарна дипломатія)	Панорамні кадри руйнувань, синхрони

Продовження додатку Г

1	2	3	4	5	6
11	Жителі Херсонщини про російську окупацію	Травматичний досвід окупації, виживання	Цивільні особи, жертви агресії	Надання голосу постраждалим, емпатія	Глибинні інтерв'ю, емоційні великі плани
12	Руїни після росіян у херсонських селах	Екоцид, знищення інфраструктури	Постраждалі мешканці	Демонстрація масштабів катастрофи для донорів	Візуальна фіксація, робота з дроном, панорами
13	Історія родини, яка пережила російську окупацію	Родинна трагедія, виживання, ВПО	Сім'я (постраждалі/ВП О)	Персоналізація трагедії, емпатія	Глибинне емоційне інтерв'ю, великі плани
14	Сім місяців російської окупації села на Херсонщині	Тривала окупація, психологічна травма	Свідки тривалої окупації	Документування досвіду	Документальний формат, статика-інтерв'ю
15	Про колаборантів, мародерів і окупантів на Херсонщині	Воєнні злочини, мародерство, окупація	Свідки злочинів, місцеві мешканці	Фіксація злочинів, міжнародна адвокація	Документалістика, жива камера, інтерв'ю

Архітектура транскордонної комунікаційної стратегії онлайн-медіа «Експерт-КР»



ЗГОДА здобувачки освіти Державного університету економіки і технологій про перевірку кваліфікаційної роботи на прояви академічного плагіату та розміщення в Репозитарії ДУЕТ

Я, Еккерт Еліза Едуардівна, підтримую політику Державного університету економіки і технологій з академічної доброчесності і відкритого доступу. Стверджую, що кваліфікаційна бакалаврська робота «Регіональне медіа як інструмент міжнародної адвокації та гуманітарної дипломатії: трансформація змісту та функцій в умовах повномасштабного вторгнення» виконана самостійно та не містить академічного плагіату. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Державного університету економіки і технологій ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення норм академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

Також я поінформована, що відповідно до пункту 5.8 «Положення про Репозитарій (електронну базу даних) Державного університету економіки і технологій» згадана робота буде розміщена в Електронному архіві Університету (Репозитарії ДУЕТ) та ознайомена з умовами такого розміщення.

Дата **08.06.2026**

Підпис **Е. ЕККЕРТ**