

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА



СТАНІСЛАВЕНКО АННА ВАДИМІВНА

Допускається до захисту:
В.о. завідувача кафедри
журналістики та соціальних
комунікацій, д.політ.н., к.н.соц.ком.,
професор Наталія СТЕБЛИНА
« ____ » _____ 2024 р.

СТВОРЕННЯ СЕРІЇ ВІДЕОІНТЕРВ'Ю З ЛІДЕРАМИ ДУМОК

Спеціальність 061 Журналістика

Магістерська робота (практичний медіапроект)

Науковий керівник:

Чорнодон М.І., кандидат наук
із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики та
соціальних комунікацій

Оцінка: ____ / ____ / ____
(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

Вінниця – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ОПИС ПРОЄКТУ	7
Опис запланованої діяльності та контент-план.....	7
Аудиторія.....	10
Очікувані результати та вплив проєкту.....	13
Опис медіаринку.....	14
Звіт за результатами втілення проєкту.....	15
Глосарій.....	27
ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	31
ДОДАТКИ.....	34

АНОТАЦІЯ

Медіапроект «ANNA HARVED» орієнтований на висвітлення соціальних і психологічних аспектів війни через створення серії відеоматеріалів у форматі інтерв'ю з лідерами думок, військовими, психологами, волонтерами та експертами.

Проект спрямований на підвищення обізнаності суспільства щодо адаптації до кризових умов, ролі соціальної підтримки, зокрема в контексті війни.

Серед основних завдань варто виокремити: аналіз соціально-психологічних змін в українському суспільстві під час війни, дослідження життєвих історій лідерів думок і трансформацій їхньої особистості, створення якісного відеоконтенту у форматі інтерв'ю, а також популяризація ефективних практик подолання життєвих труднощів через висвітлення реальних прикладів.

Діяльність медіапроект «ANNA HARVED» спрямована на реалізацію багатопланового підходу до висвітлення соціальних і психологічних аспектів сучасних криз, зокрема війни, через створення інтерактивного контенту, аналіз суспільних процесів і залучення експертів.

Унікальність проекту полягає в інтеграції персоналізованих історій із професійним аналізом, що формує новий рівень взаємодії з аудиторією та сприяє емпатії до соціально значущих питань.

Проект спрямований на чотири основні аудиторії: військових і ветеранів, психологів і соціальних працівників, журналістів і редакторів, а також викладачів і студентів освітніх закладів у галузях «Журналістика», «Соціальна робота», «Психологія».

Ключові слова: *війна, інтерв'ю, медіапроект, YouTube, соціальні трансформації, соціально-психологічні зміни, лідери думок.*

ВСТУП

Актуальність. Гострота соціальних та психологічних криз, які переживають як військовослужбовці, так і цивільні особи, є одним із найактуальніших питань у сучасному українському суспільстві.

Необхідність висвітлення тем, що стосуються особистих і професійних переживань відомих людей, які набули нових знань і навичок під час воєнних дій, зумовлює актуальність медіапроєкту, яка полягає у висвітленні суспільно важливих питань: зміни в освіті, психологічний вплив стресових ситуацій на населення, суспільні настрої, пов'язані з війною та іншими кризами.

Проєкт «ANNA HARVED» покликаний не лише висвітлити героїчні сторони пережитих трагедій, а й привернути увагу до необхідності психологічної підтримки на всіх етапах відновлення особистості. У відеоматеріалах проєкту представлено психологічні аспекти адаптації до нових реалій лідерів думок. Зокрема, акцент на позитивних прикладах подолання труднощів через інтерв'ю з особами, що мають реальний досвід травматичних переживань, сприяє розвитку конструктивних форм взаємодії між військовими та цивільними, а також підвищує інформованість і обізнаність щодо ефективних методів психологічної допомоги.

Мета проєкту: створення серії відеоматеріалів у форматі інтерв'ю про життєві історії, професійний досвід та унікальні погляди лідерів думок.

Об'єкт дослідження: діяльність лідерів думок (експертів, відомих фахівців з різних сфер, впливових особистостей), їх міркування, ідеї, ставлення, позиції.

Предметом дослідження: медійне висвітлення соціально-психологічних аспектів воєнного досвіду та його вплив на особистість, соціальне середовище та процеси адаптації і відновлення.

Основними **цілями та завданнями** медіапроєкту є:

- 1) проаналізувати інформаційний простір щодо соціальних та психологічних проблем українців під час повномасштабного вторгнення;

- 2) окреслити діяльність роботи над медіапроектом, на основі якого сформувавши контент-план;
- 3) створити та запустити онлайн-ресурс (ютуб-канал) для публікацій відеоматеріалів;
- 4) висвітлити та порушити важливі соціально-психологічні проблеми в інтерв'ю та представити реальні приклади подолання кризових ситуацій через особисті історії лідерів думок;
- 5) поширити професійний контент у сфері психології та соціальної реабілітації.

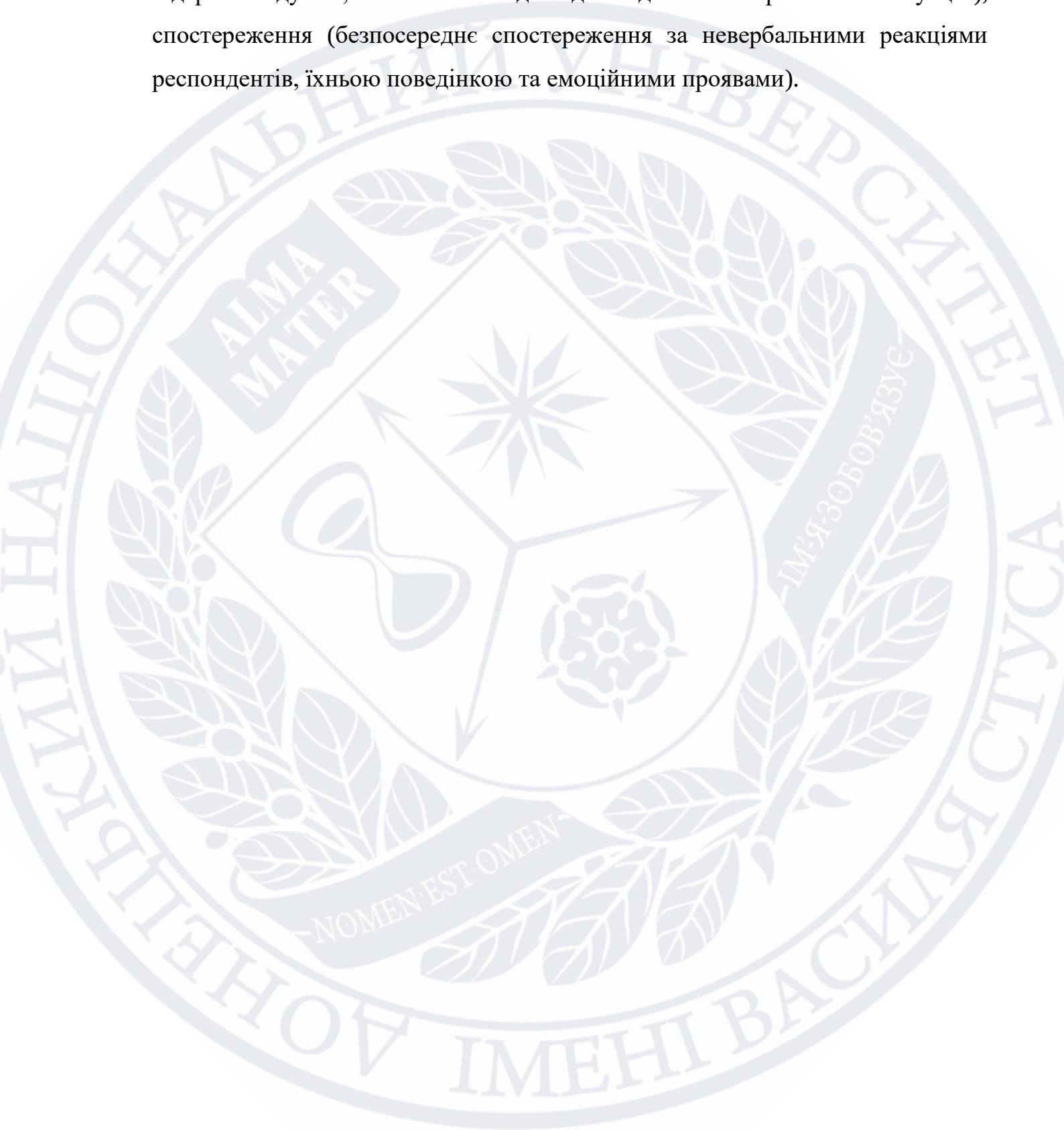
Джерельна база медіапроекту представлена науковими та журналістськими матеріалами. Під час реалізації проекту послуговувалися праці медіафахівців, серед яких О. Бабенко [1], І. Куляс [10], Р. Назар [15], В. Остроухов [16], М. Василенко [2], Г. Росс [20].

Також для формування тематики інтерв'ю використовувалися **журналістські джерела:** аналітичні та художньо-публіцистичні матеріали національних і регіональних медіа з питань соціальної стійкості та психологічної підтримки. В якості бази були використані роботи Д. Бігуса [2], Ю. Бустова [3] М. Чернова [22], М. Єфросиніної [6; 16], Р. Есхакзай [5; 23].

Для досягнення поставлених завдань у проєкті використовуються такі **наукові методи:**

1. Загальнонаукові: аналіз (вивчення наукової літератури, журналістських джерел та аналітичних матеріалів), систематизація (впорядкування зібраної інформації), узагальнення (виявлення типових соціально-психологічних проблеми, які є спільними для учасників інтерв'ю), порівняння (аналіз особистих історій учасників інтерв'ю);
2. Журналістскознавчі: метод кейс-стаді (глибокий аналіз життєвих історій лідерів думок, представлених в інтерв'ю), аналіз соціального контексту (оцінка впливу соціально-економічних та психологічних чинників на поведінкові стратегії учасників інтерв'ю), контент-аналіз (порівняльний аналіз текстових матеріалів, які слугували підготовчою базою для створення

відеоконтенту), якісне інтерв'ю (проведення структурованих інтерв'ю з лідерами думок, які мали досвід подолання кризових ситуацій), спостереження (безпосереднє спостереження за невербальними реакціями респондентів, їхньою поведінкою та емоційними проявами).



ОПИС ПРОЄКТУ

Опис запланованої діяльності та контент-план

Медіапроект «ANNA HARVED» передбачає глибоке занурення в важливі соціально-психологічні теми, такі як психосоціальна підтримка, емоційна саморегуляція та зміни в поведінкових моделях у період криз, зокрема у контексті військових конфліктів та їх наслідків для суспільства. Одне з основних завдань цього проєкту полягає в тому, щоб надати платформу для відкритих і чесних розмов про переживання, травми та стратегії відновлення, а також показати, як важливою є роль соціальної підтримки у процесах адаптації після важких життєвих подій.

Контент-план передбачає ряд інтерв'ю з ключовими особами, які мають досвід подолання травматичних подій. Залучення гостей дозволить створити багатогранний образ впливу психоемоційних подій на людей і суспільство, а також продемонструвати стратегії підтримки та допомоги в умовах криз.

Заплановані інтерв'ю із зазначеними гостями дозволяють не лише пролити світло на їхні особисті історії, але й обговорити важливі теми, пов'язані з психологічною підтримкою в умовах війни, труднощами адаптації в мирному житті, а також питаннями, що стосуються відновлення після травм і важких життєвих обставин. Інтерв'ю будуть включати конкретні поради та стратегії щодо емоційної саморегуляції, підтримки психічного здоров'я та зміни поведінкових моделей в умовах кризи.

Основні цілі контент-плану – забезпечити регулярне та стабільне інформування аудиторії про важливі соціальні, аспекти життя в умовах кризи, підтримати глядачів через реальні історії, допомогти підвищити психологічну стійкість і дати можливість ознайомитись з досвідом відомих фахівців у галузі психології та соціальної реабілітації.

Згідно з планом, представленим в таблиці 1, кожне інтерв'ю буде випускатися один раз на місяць на основних платформах проєкту, зокрема YouTube, що дозволить забезпечити постійну взаємодію з аудиторією та залучити нових підписників.

Таблиця 1 – Контент-план для медіапроєкту «ANNA HARVED»

Місяць	Назва/ Тема	Гість	Основна ідея тексту	Джерела інформації
Грудень	Інтерв'ю з Людмилою Менюк: «Сила духу: Жінка на передовій та життя після втрати»	Людмила Менюк – перша жінка в українській армії, яка керувала бронетанков ою службою батальйону, ветеранка, психологиня	Розмова про життєвий шлях Людмили, її переживання втрати сина- захисника, роль жінки в армії, а також про роботу психологом з військовими та адаптацію після війни.	Інтерв'ю з Людмилою Менюк, досвід волонтерства, війна в Україні
Грудень	Інтерв'ю з Іванною Бабій: «Переживання втрати: Життя після трагедії»	Іванна Бабій – дружина загиблого героя України Дениса Бабія «Трейна»	Розповідь про переживання Іванни після втрати чоловіка, психоемоційні аспекти травми та стратегії адаптації.	Інтерв'ю з Іванною Бабій, новини війни, статистика про втрати в Україні
Січень	Інтерв'ю з Тетяною Славіною: «Як підтримати психіку в	Тетяна Славіна – магістр психології, сексолог	Обговорення технік емоційної саморегуляції, стратегії підтримки	Поради від психолога, практичні стратегії емоційної саморегуляції

	кризових ситуаціях»		психічного здоров'я.	
Лютий	Інтерв'ю з Копчатовим Богданом: «Підтримка ветеранів: шлях до реабілітації»	Копчатов Богдан – ветеран, капітан Збройних Сил України, громадський діяч	Роль громадських ініціатив та реабілітаційних програм у підтримці ветеранів, соціальна адаптація після війни.	Інтерв'ю з Богданом Копчатовим, дані про реабілітаційні програми, статистика з організацій, що підтримують ветеранів

Головна мета – дати можливість аудиторії почути історію героя інтерв'ю «з перших вуст». Такий формат сприяє автентичності контенту, дозволяючи глядачеві глибше зрозуміти мотивацію, переживання та погляди героя.

Історії, які висвітлюють різні події чи соціальні проблеми через особисті переживання, дозволяють аудиторії не лише «слухати», але й «проживати» розповідь разом із гостем. Інтерв'ю дозволяє аудиторії глибше зануритися в контекст подій, завдяки прямій комунікації з тими, хто був безпосередньо залучений або має експертну думку. Контент орієнтований на те, щоб глядач не просто споживав інформацію, а мав можливість самостійно аналізувати почуте, формувати свою думку про тему, обговорювати її в соціальних мережах або інших платформах. Кожне інтерв'ю повинно бути пов'язане з актуальними подіями, проблемами або резонансними темами, що дозволяє забезпечити стабільний інтерес аудиторії.

Аудиторія

Аудиторія та демографічні показники відіграють важливу роль у визначенні успішності медіапроєкту «ANNA HARVED» як в контексті його подальшого розвитку, так і з огляду на дослідження динаміки споживання медіа-контенту серед різних соціально-демографічних груп.

Гендерний розподіл є ключовим показником, який дозволяє визначити, як контент сприймається різними статевими групами. Аналіз свідчить, що 56,8% аудиторії складають жінки, тоді як чоловіки становлять 43,2%. Даний розподіл може свідчити про тематичну спрямованість контенту, який, ймовірно, більше відповідає інтересам жіночої аудиторії. Така тенденція узгоджується з теоріями медіаприйняття, згідно з якими особистісні інтереси впливають на вибір інформаційного продукту.

Аналіз вікових категорій демонструє значну представленість старших вікових груп:

- найбільшу частку аудиторії становлять особи віком понад 65 років (35,8%), що підкреслює популярність контенту серед літніх людей;
- вікові групи 45–54 роки (22,3%) та 55–64 роки (22,0%) також є значними категоріями, що разом із попередньою групою становлять майже 80% загальної аудиторії;
- молодші вікові групи (18–34 роки) демонструють значно нижчу залученість: сумарно 14,6%.

Географічний розподіл аудиторії демонструє домінування українських користувачів (82,7%), що вказує на локалізований характер контенту, який має культурну та мовну специфіку, зрозумілу насамперед українському споживачеві.

Присутність аудиторії з інших країн може бути пояснена культурною діаспорою або інтересом до специфічних тем, що висвітлюються на каналі. Водночас це відкриває перспективу для інтернаціоналізації контенту шляхом додавання субтитрів іншими мовами або створення мультимовного контенту.

Аналіз використання субтитрів виявив, що 87,2% відео переглядаються без субтитрів, що вказує на розуміння мови спікера аудиторією. Проте 10,3% переглядів супроводжуються субтитрами українською мовою, а 2,4% – російською мовою, що може свідчити про потребу в додатковій адаптації контенту для аудиторії з обмеженим розумінням мов, які використовуються в відео (Додаток Б, рис. 1).

На основі представлених даних було проведено аналіз активності аудиторії, форматів споживаного контенту та тривалості переглядів. Дані щодо активності аудиторії протягом тижня показують, що глядачі найактивніші з 12:00 до 21:00, причому цей період є стабільним для кожного дня. Така інформація дозволяє визначити оптимальний час для публікації нового контенту, що збільшить охоплення та залученість. Проте відсутність прямих кореляцій між часом публікації та довгостроковою ефективністю відео вказує на необхідність подальшого дослідження інших факторів, які впливають на успіх контенту.

Аналіз форматів споживаного контенту вказує на такі особливості:

- звичайні відео є основним форматом, який переглядає аудиторія, що підтверджує їхню популярність та ефективність у комунікації;
- shorts (короткі відео) демонструють підвищений рівень переглядів порівняно із середніми показниками. Така популярність може бути пов'язана із загальною тенденцією до споживання коротшого та динамічного контенту серед користувачів YouTube;
- прямі ефіри мають позитивні показники, хоча вони менш популярні, ніж звичайні відео. Такий формат може слугувати інструментом для побудови довіри та залучення активної аудиторії через інтерактивну взаємодію.

Дані свідчать, що переважна більшість переглядів (98,7%) надходить від непідписаних користувачів, тоді як лише 1,3% переглядів забезпечують підписники каналу. Виявлена диспропорція може свідчити про актуальність

контенту для широкої аудиторії. Велика частка нових глядачів свідчить про ефективне використання рекомендаційного алгоритму платформи (Додаток Б, рис. 2).

Представлений аналіз дозволяє зробити висновки про ефективність різних форматів контенту, часову активність аудиторії та ступінь її залученості. Подальше вивчення специфічних потреб і вподобань глядачів сприятиме розвитку каналу та його конкурентоспроможності в динамічному медіа-середовищі.

Загальна кількість переглядів за останній рік склала 147,3 тис. Такий показник варто розглядати не лише як кількісну метрику успіху, але й як індикатор якісної ефективності контенту. Пікові значення на графіку переглядів можуть бути пов'язані із випуском відео на соціально значущі або резонансні теми.

З точки зору медіа-аналітики, стрімке зростання переглядів можна пояснити наступними факторами:

- актуальність контенту: тематика, що зачіпає важливі суспільно-політичні аспекти, підвищує інтерес аудиторії;
- оптимізація відео під алгоритми YouTube: використання релевантних заголовків, описів, тегів та мініатюр сприяє кращій видимості контенту в пошукових запитах і рекомендаціях;
- інтенсивна робота з аудиторією: взаємодія через коментарі, проведення інтерактивних сесій та залучення глядачів до дискусій підвищують рівень утримання користувачів.

Час перегляду, що становить 4,0 тис. годин, є критично важливим показником для оцінки ефективності контенту. У сучасних медіа-дослідженнях цей параметр вважається ключовим для аналізу рівня залучення аудиторії. Якщо збільшення переглядів свідчить про розширення аудиторії, то час перегляду є показником глибини інтересу глядачів до створеного контенту

Позитивна динаміка приросту підписників (+386 осіб) свідчить про формування ядра лояльної аудиторії. Такий аспект виступає важливим для довгострокового успіху каналу, оскільки саме підписники є основним джерелом органічного зростання. Порівняння із загальною кількістю підписників (393 особи) свідчить про те, що більшість аудиторії залучена за останній рік (Додаток Б, рис. 3).

Отже, медіапроект «ANNA HARVED» демонструє високий рівень адаптивності та інноваційності, що робить його перспективним об'єктом для подальшого наукового дослідження, як моделі ефективного медіапроекту у цифрову епоху.

Очікувані результати та вплив медіапроекту

Проект «ANNA HARVED» орієнтований на глибоке вивчення соціальних та психологічних наслідків війни для індивідуумів та суспільства в цілому. Завдяки залученню особистих історій, інтерв'ю з ветеранами, родинами загиблих, а також фахівцями в сфері психології, медіапроект має на меті досягти кількох важливих результатів, що можуть значно змінити суспільне сприйняття, а також забезпечити реальну підтримку людям, які пережили травму війни.

Основним очікуваним результатом є:

- підвищення інформованості широких верств населення про психологічні наслідки воєнного досвіду;
- розширення доступу до інформації, яка раніше не була достатньо висвітлена в медіа, що в свою чергу, сприяє підтримці осіб, які пережили травматичний досвід;
- формування нових соціальних наративів, що базуються на емпатії, взаєморозумінні та підтримці.

Втілення медіапроекту сприяє зміцненню соціальної згуртованості, адже через висвітлення життєвих історій він будує «місток» між різними

групами населення – військовими, цивільними, родинами загиблих, створює простір для обміну досвідом та взаємопідтримки, що є важливим аспектом для побудови довіри та спільноти взаємодопомоги, та будує новий соціальний контекст, в якому переосмислюється роль війни в житті суспільства.

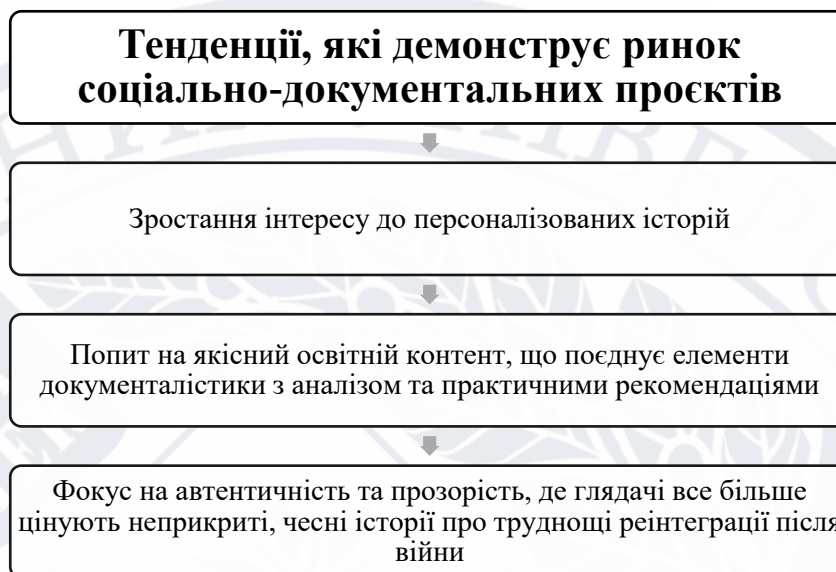
Опис медіаринку

Сучасний медіаринок характеризується швидким розвитком цифрових технологій, що відкриває нові можливості для створення та розповсюдження медіапроектів. Особливе місце в цьому середовищі займає платформа YouTube, яка є найпопулярнішою відеохостинговою платформою у світі, з аудиторією, що налічує понад 2 мільярди активних користувачів щомісяця. Аналіз медіаринку, зокрема сегменту соціально-документальних проєктів, є важливим етапом розробки нового медіапроекту, оскільки він дозволяє оцінити поточний стан ринку, визначити конкурентів та окреслити перспективну нішу для реалізації нових ідей.

Сегмент соціальних та документальних проєктів на платформі YouTube є важливою частиною загального медіаринку, оскільки відповідає на зростання запиту аудиторії на якісний контент, який розглядає складні соціальні, культурні та психологічні питання. Ринок характеризується високою конкуренцією, а також тенденцією до зростання інтересу до автентичних, глибоких історій, які передають емоційний та психологічний досвід учасників подій.

Тенденції, які демонструє ринок соціально-документальних проєктів включають низку факторів (Таблиця 2).

Таблиця 2 – Тенденції, які демонструє ринок соціально-документальних проєктів



Аналіз існуючих конкурентів показує, що більшість проєктів орієнтовані на висвітлення особистих історій ветеранів або психологічних аспектів воєнного досвіду, однак відсутній інтегрований підхід, який би об'єднував ці напрямки у комплексний проєкт. Таким чином, основна ніша проєкту «ANNA HARVED» – це створення платформи, яка об'єднує персоналізовані історії, професійний аналіз, освітні та інформаційні матеріали для широкої аудиторії, дозволяє створити унікальний продукт, який не дублює існуючі проєкти, а доповнює їх, забезпечуючи новий погляд на складну соціальну проблематику.

Звіт за результатами втілення проєкту

Втілення медіапроєкту «ANNA HARVED» включає комплексне використання сучасних методів та інструментів для створення, управління та оптимізації контенту, спрямованого на зростання аудиторії та підтримку її залученості. Процес втілення охоплює кілька ключових етапів, кожен з яких орієнтований на досягнення конкретних цілей проєкту та ефективне використання наявних ресурсів.

Перший етап реалізації медіапроєкту зосереджений на детальному плануванні та попередній підготовці, що є критичним для досягнення успішної реалізації. Планування передбачає застосування стратегічного підходу до формування цілей та задач, а також визначення ключових етапів виробництва та просування контенту. Визначення цільової аудиторії є основним завданням цього етапу, оскільки воно дозволяє структурувати контент відповідно до потреб певних демографічних груп.

Виробництво контенту виступає складним процесом, який включає кілька послідовних етапів, таких як сценарне планування, підбір команди, зйомка та монтаж. Перший аспект – розробка сценаріїв та підготовка до зйомок, що включає вибір тематики, структурування відео та створення ефективних текстів, які забезпечать максимальне залучення аудиторії. Сценарій створюється з урахуванням особливостей платформи YouTube та гостя, що передбачає інтерактивні елементи, які стимулюють глядачів до активної взаємодії з контентом.

Медіапроєкт «ANNA HARVED» виконує значущу роль у висвітленні соціально важливих проблем сучасного суспільства, орієнтуючись на надання психосоціальної підтримки та освітньої інформації для широкої аудиторії. Медіапроєкт зорієнтований на те, щоб знайомити глядачів каналу з відомими, впливовими особистостями, інфлюєнсерами сьогодення, професіоналами своєї справи чи людьми, які здобули популярність, нові знання, навички та досвід під час повномасштабного вторгнення. Проєкт реалізує свою мету шляхом створення якісного контенту у форматі інтерв'ю, що відповідає високим професійним стандартам журналістики.

Особливість проєкту полягає в акценті на особистих історіях відомих професіоналів і впливових осіб, які діляться власним досвідом подолання труднощів і трансформацій в умовах війни. Повний перелік інтерв'ю поданий у додатку А.

Інтерв'ю з Валерієм Сиверчуком «Ціна нашої Перемоги - ресторатор, який пішов на війну», військовим хірургом, підполковником

медичної служби та відомим українським ресторатором, має глибокий науковий і практичний інтерес для дослідження соціально-психологічних аспектів війни, мотивації, стресостійкості та адаптації в умовах кризи. Його особиста історія є першим елементом медіапроекту «ANNA HARVED», що передбачає об'єктивне висвітлення життєвих історій та професійних викликів українських військових та волонтерів. Інтерв'ю акцентує увагу на значущості особистісного досвіду військових та їхнього внутрішнього світу в умовах війни, що, безумовно, є цінним матеріалом для аналізу соціальної та психологічної адаптації.

Інтерв'ю підкреслює комплекс мотиваційних факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх, що спонукали Валерія Сиверчука долучитися до військових дій на добровільних засадах. Внутрішні фактори включають не лише патріотизм, а й специфічну професійну підготовку, зокрема медичну освіту та досвід, що підсилює відчуття особистої відповідальності. Офіцерське звання і усвідомлення своїх професійних зобов'язань, за словами Валерія, стали внутрішнім поштовхом до дій. Такі мотиви узгоджуються з науковими теоріями особистісної мотивації, в яких йдеться про те, що люди з високим рівнем внутрішньої мотивації мають схильність брати на себе роль лідера у критичних ситуаціях.

Зовнішні фактори включали глибокий емоційний резонанс, який викликали злочини російської армії, зокрема жахливі події в Бучі, що підсилили почуття обов'язку та неприйняття бездіяльності. Ці зовнішні впливи, відповідно до концепцій соціальної психології, є формами соціального тиску та зовнішніх обставин, які здатні активувати внутрішні ресурси людини, мотивуючи її на активні дії. Це дозволяє розглядати рішення Валерія Сиверчука, як певний симбіоз особистих і соціальних чинників, які разом сприяли формуванню його готовності служити.

Особистий досвід Валерія, зокрема численні ситуації, коли він перебував на межі життя і смерті, є важливим матеріалом для вивчення психологічної адаптації до надзвичайних умов. Він наголошує на необхідності

стійкої матеріальної бази (озброєння, підготовки), однак підкреслює роль випадку, або, як він називає, «руки долі» в контексті виживання на фронті.

Досвід героя підтверджує концепцію посттравматичного зростання, оскільки, після пережитих важких випробувань, людина набуває нових рис стійкості та більшого усвідомлення власних життєвих цінностей. Валерій висвітлює епізоди, де відчував, що перебуває на межі смерті, але при цьому його рішучість і готовність боротися залишалися непохитними.

Окремий аспект інтерв'ю торкається емоційного стану військового, який включає глибоке почуття ненависті до ворога та емоційне відчуження від супротивників, яких Валерій перестав сприймати як людей. Такі емоційні реакції є проявом «дегуманізації ворога», що описується в науковій літературі як психологічний механізм, який дозволяє людям легше переживати насильство та агресію.

Емоційна нестабільність в умовах війни – це наслідок постійної психологічної напруги, тривоги та необхідності приймати рішення в умовах високого ризику.

Валерій під час інтерв'ю описує побутові умови, в яких перебували військові на фронті, підкреслюючи, що життя в підвалах, обмеженість ресурсів та нестача звичних речей, таких як кава, стали частиною його буденності. Подані розповіді дозволяють дослідникам глибше зрозуміти важливість соціальної підтримки, зокрема підтримки від волонтерів, яка забезпечує відчуття безпеки і стабільності навіть у надзвичайно важких обставинах. Така підтримка, відповідно до соціально-психологічних концепцій, має ключове значення для емоційного відновлення особистості.

У інтерв'ю висвітлюється роль дружини Валерія, яка не лише взяла на себе управління бізнесом, але й емоційно підтримувала його, залишаючись важливим джерелом натхнення та стабільності. Родина в даному випадку виступає як соціальна опора, що дозволяє військовим зберігати зв'язок із мирним життям. Її залученість до керування ресторанним бізнесом під час війни свідчить про значущість адаптації сімейних ролей у кризових ситуаціях.

Зміна маркетингу та адаптація ресторанного бізнесу відображає підхід «пожежного» менеджменту, що характеризується швидкими реакціями на нагальні потреби, ілюструючи динаміку соціальної адаптації до умов війни. Вивчення таких прикладів дозволяє зрозуміти, як малі підприємства можуть виживати і функціонувати в умовах криз.

Важливим аспектом інтерв'ю є обговорення перемоги та її ціни. Валерій наголошує, що війна забирає «найкращих і найактивніших», піднімаючи питання вартості, яку суспільство платить за свободу і незалежність. Це глибоке етичне та екзистенційне питання, яке дозволяє дослідити ставлення до жертв, що мають здійснюватися для досягнення колективних цілей.

Досвід його дружини, яка, хоч і переживає значну тривогу, має впевненість у його поверненні, є прикладом сили соціального зв'язку в умовах кризи, що підкреслює психологічну стійкість та важливість віри у близьких людей, навіть коли обставини зумовлюють невизначеність.

Проект має місце у науковому контексті, оскільки через якісне інтерв'ювання та міждисциплінарний підхід показує специфіку адаптації особистості до кризових умов, роль підтримки з боку родини та значення соціальної інтеграції після повернення з війни. Він піднімає питання про психологічну реабілітацію, вплив на професійні та особисті стосунки військових і допомагає створити платформу для соціального діалогу.

В інтерв'ю з Ларисою Білозір, під назвою «Україна та Ізраїль у боротьбі за свободу, що їх відрізняє? - членкиня делегації в ПАРС», окреслюються питання мотивації жінок у боротьбі за майбутнє країни, зміни у гендерній рівності після повномасштабного вторгнення, порівняння боротьби за свободу України та Ізраїлю. У контексті сучасної війни в Україні, жінки відіграють ключову роль, яка виходить за межі традиційних гендерних стереотипів. Вони активно беруть участь у військових діях, воюючи на рівні з чоловіками, що свідчить про значну трансформацію гендерних ролей у суспільстві. Крім того, жінки беруть на себе відповідальність за виховання дітей та освоєння професій, які традиційно вважалися чоловічими. Лариса

Білозір народила третю дитину під час війни, що є яскравим прикладом сили та відданості жінок у цей складний період. Її особистий досвід підкреслює, що жінки можуть поєднувати материнство з активною участю у політичному та військовому житті країни.

Членкиня зазначає, що єдність та стійкість є результатом глибокого патріотизму та бажання захистити свою батьківщину від агресії. Парламентерська асамблея Ради Європи (ПАРЄ) відіграє важливу роль у міжнародній підтримці України, оскільки є критично важливою для забезпечення стабільності та відновлення країни.

Пані Лариса наголошує, що Україна та Ізраїль мають схожі проблеми, пов'язані з війною та боротьбою за свободу, але Україна не отримує такої підтримки, як Ізраїль. Такий прояв можна пояснити різними геополітичними та історичними факторами, які впливають на міжнародну політику та підтримку. Важливість єдності та підтримки внутрішньої та зовнішньої політики є ключовим чинником для успішного опору та відновлення країни.

Інтерв'ю «Як стрес впливає на здоров'я жінки? - відверта римова з гінекологом Іриною Кравчук» розкриває важливі аспекти впливу стресу на жіноче здоров'я в умовах війни. Ключові моменти включають вплив стресу на репродуктивну систему, зниження народжуваності в Україні, зміни в гормональному фоні, а також проблеми з контрацепцією і запальними захворюваннями. Лікарка акцентує на важливості особистої гігієни, підтримки здорового способу життя, а також психоемоційної підтримки жінок, які переживають стресові ситуації, зокрема через втрату вагітності.

У ході інтерв'ю також розглядаються психологічні наслідки стресу на здоров'я жінок. Підвищений рівень стресу, особливо в умовах військових конфліктів, може спричиняти не лише фізіологічні порушення, а й суттєвий вплив на психічне здоров'я. Депресія, тривожні розлади та посттравматичний стресовий синдром (ПТСР) є найбільш поширеними реакціями на стресові ситуації, з якими стикаються жінки в умовах війни.

Розлади психоемоційного стану, що виникають через стрес, можуть знижувати здатність до прийняття рішень, викликати емоційну нестабільність і, як наслідок, погіршити загальний стан здоров'я. У таких випадках необхідна комплексна терапія, що включає не лише медичні заходи, але й психологічну підтримку.

Інтерв'ю «Від Маріуполя до повернення з полону: історія бойового медика з «Азову» Асана Ісенаджисєва» розкриває глибокі та зворушливі аспекти досвіду, який він пережив під час війни в Україні. Асан описує жахливі умови в Азовсталі, де через обмеження в медичних засобах та важкі поранення люди часто гинули. Він згадує, як його друг, переживаючи глибокий страх, передбачав їхню загибель, але Асан все одно сподівався на диво, хоча і не вірив у щасливий кінець.

Події в полоні, зокрема в Оленівці та Таганрозі, стають ще одним важливим моментом інтерв'ю, де Асан детально розповідає про умови утримання полонених, жахливий вибух в бараку, який забрав життя багатьох, і як йому вдалося врятувати хоча б одного побратима. Розповідь підкреслює його стійкість та відданість, навіть у найтемніші часи. Після повернення додому Асан відчував величезне полегшення та радість від свободи, хоча він усвідомлював, що його життя вже не буде таким, як раніше. Він згадує теплий прийом волонтерів і спільноту, яка підтримала його в реабілітації.

Психологічна та фізична реабілітація стала ключовою частиною його відновлення, оскільки вона показує важливість комплексного підходу до допомоги постраждалим від війни. Асан розповідає про свою взаємодію з психологами та волонтерами, які допомагали йому впоратися з пережитим.

Важливою частиною інтерв'ю є соціальні та емоційні аспекти, зокрема стосунки з його дівчиною, яка була його моральною опорою. Спільне спілкування через телефон дозволяло йому залишатися психологічно сильним у важких ситуаціях. Однак, крім особистих аспектів, Асан також говорить про свою майбутню кар'єру в IT-сфері, підкреслюючи, що після пережитого він

готовий не тільки допомагати іншим, а й активно змінювати своє життя на краще.

Асан розповідає і про підтримку, яку він отримував від суспільства, від волонтерів і держави, а також висловлює критичні зауваження щодо бюрократичних проблем і недоліків у системі допомоги полоненим. Його думки і переживання свідчать про важливість покращення системи підтримки постраждалих і ветеранів війни та необхідність психологічної реабілітації для забезпечення їх повернення до нормального життя.

Таким чином інтерв'ю дає важливі уроки про те, як люди можуть зберігати стійкість навіть у найскладніших умовах, і наскільки важливо підтримувати тих, хто пережив війну, на всіх етапах їхнього відновлення.

Інтерв'ю з Євгенієм Сауляком «Ринок нерухомості в Україні у 2024. Що з ним відбувається?», співвласником компанії «General Bud», акцентує на складних умовах для будівельної сфери в Україні через війну. Він розповідає про значний спад у галузі з початком повномасштабного вторгнення, причини зниження обсягів будівництва (високі ціни на матеріали, дефіцит кадрів) та прогнозує зростання цін на нерухомість. Попри це, він наголошує на важливості соціальної відповідальності бізнесу та підтримки постраждалих від війни. Сауляк виражає оптимізм щодо майбутнього України та розвитку своєї компанії.

Інтерв'ю з Дарією «Рак не вирок! Зворушлива історія онкоодужуючої Дарії» розповідає про її мужність та життестійкість у боротьбі з важким онкологічним захворюванням – фібрилярною астроцитомою, діагностованою в 2019 році. Дарія пережила операцію, однак пухлина повернулася у 2022 році. Попри випробування, вона продовжує жити активно, отримуючи неоціненну підтримку від рідних, друзів, і навіть, незнайомих людей через соцмережі. Дарія підкреслює роль позитивного настрою та творчості в житті, що допомагають їй боротися та підтримувати інших, хто також стикається з труднощами.

Інтерв'ю з Ілоною Пращук «Як змінилась освіта в Україні | Розмова з співвласницею та директоркою школи «Вілла Скул Фемелі» висвітлює сучасні виклики та адаптації української освіти через пандемію та військову агресію. Пані Ілона зазначає, що дистанційна форма освіти дозволила дітям продовжувати навчання незважаючи на військові дії, тривоги та інші обставини, які перешкоджали традиційному навчанню в класі. Онлайн-навчання стало рятівником для багатьох учнів, які не могли відвідувати школу через різні причини, включаючи переїзд до інших регіонів або країн.

Однак, незважаючи на переваги онлайн-навчання, освітня система України зіткнулася з серйозними проблемами, такими як освітні втрати.

Приватні навчальні заклади в Україні набули особливого значення в умовах війни. Директорка школи наголошує, що вони пропонують індивідуальний підхід до кожної дитини, оскільки він дозволяє краще прослідкувати за успішністю, поведінкою та психологічним розвитком учнів. Приватні школи, незважаючи на такий складний період для країни, забезпечують кращі умови для навчання, включаючи сучасні класи, комфортні умови та повноцінне харчування.

Професія вчителя в Україні зазнала значних змін в умовах війни. Гостя розповідає, що однією з головних проблем є низька заробітна плата вчителів, що призводить до втрати мотивації і зниження престижу професії. Вчителі, які мають досвід і регалії, отримують середню заробітну плату в межах 13-15 тисяч гривень, що не відповідає їхньому рівню кваліфікації та навантаженню.

Війна спричинила кадровий голод в освіті, оскільки багато вчителів виїхали за кордон. Пані Ілона підкреслює, що це призвело до зниження якості освіти, оскільки школи не можуть забезпечити достатню кількість кваліфікованих викладачів.

Співвласниця та директорка школи «Вілла Скул Фемелі» акцентує увагу на тому, що саме їх школа започаткувала білінгвальну програму. Дана програма готує дітей до навчання двома мовами.

В інтерв'ю «Від учня-перукаря з лазні до стиліста міжнародного масштабу. Нові тренди моди та стиль «old money» В'ячеслав Дюденко, відомий стиліст міжнародного класу, ділиться своїм професійним шляхом, від важкого дитинства до створення успішного бізнесу в індустрії краси.

Незважаючи на відсутність вищої освіти, В'ячеслав розпочинав свою кар'єру в простій перукарні, але швидко перейшов до найкращого салону в Україні. Він відкрив свій салон наприкінці 91-го року, коли в Україні був провал покоління у сфері перукарського мистецтва. В'ячеслав зазначає, що в той час багато професіоналів виїхали за кордон, і це створило вакуум, який він зміг заповнити. Його досвід роботи в республіканській лабораторії моделювання зачісок дозволив розвинути унікальний підхід до стилю та моди.

Під час повномасштабного вторгнення В'ячеслав залишився в Києві. Він розповідає про важкі моменти, коли люди не виходили з домівок і ховалися в метро. В'ячеслав вважає, що кожен повинен займатися своєю справою і допомагати країні тим, що він вміє робити найкраще. Дюденко підкреслює, що його робота в індустрії краси та моди є важливою для підтримки населення в важкі часи. В'ячеслав вважає, що люди, які працюють в індустрії краси і моди, повинні бути прикладом для інших і підтримувати населення в важкі часи. На думку стиліста, важливо бачити мрію та перемогу, а не тільки трагедії та драматичні ситуації. Під час розмови, стиліст наголошує, що його робота є важливою для підтримки позитивного настрою та віри в майбутнє.

Інтерв'ю з Владиславом Сакіним «Мобілізація| війна змінює| етика поведінки в соц. мережах під час війни| мова та російська музика» важливе тим, що дає глибоке розуміння не тільки його особистого досвіду як солдата, а й того, як війна змінює людей. Владислав Сакін, відомий під позивним «Гімлі», розповів про свої мотиви вступу до Збройних сил України. Основним чинником, що спонукав його до цього кроку, стало бажання захистити свою родину і країну після початку повномасштабного вторгнення. Сакін зазначив, що на початку війни він не мав військового досвіду і не очікував, що його призовуть. Однак, коли він отримав повістку, він вирішив

піти служити, незважаючи на відсутність військового досвіду і не найкращий стан здоров'я. Дане рішення було продиктоване не тільки патріотичними почуттями, але і розумінням того, що кожен чоловік повинен внести свій вклад у захист країни.

Перші емоції і страхи, які відчував Владислав під час призову, були пов'язані з незнанням того, що чекає на нього і відсутністю військового досвіду. Сюди герой відніс психологічний дискомфорт і невизначеність, що є типовими для людей, які вперше стикаються з військовою службою. Процес підготовки і адаптації включав спілкування з іншими військовими і навчання роботи з автоматом. Соціальна інтеграція з колегами-військовими допомогла Владиславу інтегруватися в нове середовище і набути необхідних навичок. Навчання роботи з автоматом було ключовим елементом підготовки, оскільки воно забезпечувало базові навички для виконання бойових завдань. Війна значно вплинула на особистість Владислава, зробивши його більш критичним і принциповим. Він став більше поважати себе і вимагати поваги від інших.

Повернення до цивільного життя в Києві викликало у Владислава змішані почуття. Він був вражений тим, що люди продовжують жити звичайним життям, незважаючи на війну. Владислав висловив своє розчарування тими, хто постійно постить фотографії зі свого повсякденного життя, не враховуючи, що в цей час інші люди втрачають близьких і житла. На його думку, такі дії свідчать про недостатню емпатію і розуміння реальних проблем, з якими стикаються військові і цивільні особи, які постраждали від війни.

Владислав розповів про різні розуміння перемоги у різних людей і підкреслив, що перемога для більшості військових і адекватних людей – це вихід на кордони 1991 року, оскільки саме таке розуміння перемоги відображає бажання відновити територіальну цілісність країни і забезпечити її безпеку.

Зйомка контенту вимагає професійного підходу та використання високоякісного обладнання, що дозволяє досягти оптимальних результатів з

точки зору візуальної привабливості та технічної якості. Під час зйомок особлива увага приділяється композиції кадру, світлу та звуку, оскільки ці елементи мають вирішальне значення для професійного вигляду відео. Монтаж та редагування є завершальним етапом, на якому відбувається остаточне формування відео, включаючи видалення зайвих кадрів, додавання візуальних ефектів та анімацій.

Маркетингова складова реалізації проєкту є критичною для залучення нових користувачів і збільшення охоплення аудиторії. Стратегії маркетингового просування включають роботу з соціальними мережами, розміщення реклами та емейл-маркетинг. Соціальні мережі використовуються для створення додаткового каналу комунікації з аудиторією, що дозволяє ефективно залучати нових підписників та утримувати увагу вже існуючої аудиторії.

Етап оцінки результатів і аналізу ефективності є важливим для адаптації стратегій та вдосконалення контенту. Ключовими показниками ефективності є кількість переглядів, тривалість перегляду, кількість підписників та загальний рівень взаємодії з контентом. Аналіз цих метрик дозволяє визначити, наскільки добре контент відповідає очікуванням аудиторії та чи виправдовують себе застосовані маркетингові стратегії. Збір відгуків від аудиторії, що включає коментарі під відео, результати опитувань та відгуки в соціальних мережах, дозволяє краще зрозуміти потреби та побажання підписників.

Заключні етапи втілення медіапроєкту «ANNA HARVED» свідчать про необхідність комплексного підходу до планування, створення, просування та оцінки ефективності контенту. Ефективне управління всіма аспектами проєкту є запорукою його успішної реалізації та досягнення високих показників задоволеності аудиторії, що є визначальним фактором для його подальшого розвитку та конкурентоспроможності на ринку медіапроєктів.

Глосарій

У процесі створення, розробки та наповнення медіапроєкту були використані різні терміни та поняття, які стали основою роботи, визначали напрямок діяльності над обраною тематикою, аналізувалися та відстежувалися у журналістських матеріалах.

Медіапроєкт – цифровий чи традиційний проєкт, спрямований на створення та розповсюдження медіаконтенту, що охоплює різні соціальні, психологічні, культурні та освітні теми.

О. Кулешник наголошує у своїй статті що «медіапроєкти – це проєкти, спрямовані на створення інформаційних ресурсів – друкованих чи Інтернет-видань, ТБ- чи радіопрограм» [9, с. 277]. «Як зазначає дослідник В. Дукельський проєкти проводять для того, щоб привернути увагу, заявити про себе. На його думку, ця вроджена демонстративність виникає з того, що культурна практика складається не тільки з одних проєктів і не їм, проєктам, у культурній політиці приділяється значна увага» [13, с. 277].

Контент-план - це структурований документ, що визначає стратегію створення, публікації та розповсюдження контенту для досягнення конкретних цілей проєкту чи організації. Він охоплює перелік тем, форматів, каналів розповсюдження, часових рамок і цільової аудиторії, на яку спрямований контент.

Контент-план у «ЗМІ вивчали Е. Кіссейн, О. Кузнецова, О. Назайкін, Лі Одден, Д. Румянцев, М. Стелзнер. Акцентуючи увагу на типології контенту, науковці визначили найбільш поширені його види: той, що продає, комунікативний, новинний, репутаційний, розважальний, чуттєвий, шокуючий, навчальний і хвилюючий» [11, с. 82].

Лідери думок – це індивіди, які володіють високим рівнем соціального впливу в конкретній спільноті завдяки своїй експертності, компетентності або авторитету у певній галузі знань чи діяльності. Вони виступають посередниками у процесі передачі інформації, впливаючи на формування громадської думки, ціннісних орієнтацій та поведінкових установок аудиторії.

У науковому дискурсі поняття «лідери думок» базується на концепції двоступеневої моделі комунікації (Two-Step Flow of Communication), розробленій соціологами Полом Лазарсфельдом, Бернардом Берельсоном і Гауді Годе. Згідно з цією моделлю, інформація спочатку передається від медіа до лідерів думок, а потім ними – до ширшої аудиторії, що підкреслює їхню роль як каталізаторів поширення ідей та інновацій.

Лідери думок формують соціальні норми, сприяють впровадженню нововведень і виступають джерелом довіри, особливо у контекстах, де важлива експертна думка чи емоційний вплив.

Аудиторія – група людей, на яку спрямований медійний контент, враховуючи її демографічні, соціальні та психологічні характеристики.

«Аналіз (портрет) цільової аудиторії – це процес вивчення особливостей цільової аудиторії та відбору (формування) методів впливу на неї» [10]. До аналізу аудиторії в сучасному інформаційному просторі прикута увага багатьох дослідників, адже її вивченню присвячено чимало наукових праць. Серед ключових аспектів таких досліджень – вивчення демографічних, соціальних і психологічних характеристик цільових груп, визначення їхніх медіапривичок, потреб та інтересів

Інтерв'ю – журналістський або дослідницький метод збирання інформації шляхом особистого спілкування з респондентом, що включає запитання, які ставить інтерв'юер, та відповіді, що дає співрозмовник.

«Питання формату жанру інтерв'ю досліджували такі науковці, як М. Кім, О. Чекмишев, М. Василенко, О. Кузнецова. Представник українського журналістикознавства М. Василенко називає інтерв'ю «інформаційним жанром, а серед форм – колективне інтерв'ю (круглий стіл, прес-конференція), інтерв'ю-монолог» [2, с. 56].

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Основний концепт «ANNA HARVED» ґрунтується на інтеграції різних методів цифрової комунікації для максимального охоплення та ефективного донесення соціально важливих тем. Залучення аудиторії відбувається через використання платформи YouTube, яка дозволяє створювати багатоплановий контент, що охоплює персоналізовані історії, аналітичні матеріали та фахові поради. Таке професійне поєднання підкреслює важливість багатоканального підходу, який передбачає використання відеоформату, коротких відео та інтерактивних ефірів, забезпечуючи ефективну комунікацію між автором проєкту та глядачами.

Медіапроєкт «ANNA HARVED» є важливим інструментом у формуванні соціального контексту, який відображає реалії сучасного українського суспільства. Тематика, що порушується у межах проєкту, охоплює такі аспекти, як психологічні наслідки війни, гендерні трансформації, вплив війни на освіту та професійну діяльність, а також роль соціальної підтримки в процесах адаптації до кризових умов. Визначені питання є ключовими для розуміння соціально-психологічних змін, що відбуваються у суспільстві під час та після травматичних подій.

У межах контенту проєкту значна увага приділяється персоналізованим історіям, що ілюструють різні аспекти переживань і трансформацій, спричинених війною. Наприклад, інтерв'ю з ветеранами війни, волонтерами та членами родин загиблих дозволяють не лише висвітлити особисті історії, але й зробити їх частиною суспільного наративу. Такі матеріали демонструють, як подолання труднощів і травмуючого досвіду сприяє посттравматичному зростанню особистості та розвитку нових соціальних зв'язків.

Медіапроєкт має значний потенціал для подальшого розвитку як платформи суспільного діалогу, збереження історичної пам'яті та формування свідомого ставлення до подій в Україні. Його спрямованість на висвітлення історій унікальних особистостей, пов'язаних із війною, відкриває можливості

для залучення ширшої аудиторії, розширення міжнародного впливу через локалізацію контенту та партнерства з іншими медіапроектами. Водночас акцент на соціально значущих темах, таких як психологічна адаптація ветеранів, гендерні аспекти війни та технологічні інновації, дозволить каналу стати важливим джерелом натхнення, знань і підтримки для глядачів, забезпечуючи його довгостроковий успіх.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабенко О. Засади підготовки військових тележурналістів України в умовах гібридної війни. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. Львів, 2017* Вип. 42. С. 12–18.
2. Бігус Д.С. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Бігус_Денис_Станіславович (дата звернення 25.11.2024)
3. Бутусов Ю.Є. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Бутусов_Юрій_Євгенович (дата звернення 25.11.2024)
4. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія. Київ: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
5. Есхакзай Р. А. URL: <https://www.youtube.com/@Raminaeshakzai/videos> (дата звернення 22.11.2024).
6. Єфросиніна М.О. URL: https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=Єфросиніна_Марія_Олександрівна&oldid=42954722 (дата звернення 22.11.2024).
7. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. Київ: «Компанія ВАІТЕ», 2016. 118 с.
8. Кулешник О.О. Соціокультурні проекти в медіапросторі Львова. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 2012. Випуск 36. С.276–282
9. Куляс, І. Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/11691/2014-10-30-standarty-y-etyka-zhurnalistyky-v-umovakh-neogoloshenoi-viyny/> (дата звернення 15.09.2024)
10. Лебідь Н.М. Контент-план при smm просуванні персонального бренда в соціальній мережі instagram. *Теорія та історія соціальних комунікацій. Серія: Соціальні комунікації*. 2019, № 2 (38) URL: <http://www.irbis->

[nbuv.gov.ua/cgi-](http://nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&_S21P03=FILA=&_S21STR=drsk_2019_2_16)

[bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21CO](http://nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&_S21P03=FILA=&_S21STR=drsk_2019_2_16)

[M=S&_S21P03=FILA=&_S21STR=drsk_2019_2_16](http://nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&_S21P03=FILA=&_S21STR=drsk_2019_2_16) (дата звернення 17.11.2024)

11. Малишенко А. Мстислав Чернов: «Ця війна змінила журналістські стандарти у світі» // LB.ua. 2023. URL: https://lb.ua/culture/2023/02/17/546096_mstislav_chernov_tsya_viyна_zminila.html
12. Мелешко Є.В., Семенов С.Г., Хох В.Д. Дослідження методів побудови рекомендаційних систем в мережі Інтернет. *Інформаційні технології*. 2018. №1 (47). С. 131–136.
13. Михайлин І. Л. Основи журналістики: Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011.
14. Назар, Р. М. Характеристика репортажу як жанру мовлення. Лінгвістичні студії: зб. наук. праць/Донецький національний ун–т. 2009. С. 209–213 .
15. Остроухов . В. В, Присяжнюк М. М., Фармагей О. І., Чеховська М. М. та ін Інформаційна безпека. Підручник /під ред. В. В. Остроухова. Київ: Ліра, 2021. 412 с.
16. Офіційний канал української YouTube креаторки, громадської діячки Маші Єфросиніної URL: <https://www.youtube.com/@mshaefrosynina> (дата звернення 25.11.2024)
17. Парфєренко Ю.В., Ковтун А.А., Вербицька А.А. Рекомендаційна інформаційна система для пошуку відеоматеріалів. *Комп'ютерні науки*. 2019. №5 (118). С. 97–102.
18. Петрик О.О. Особливості роботи рекомендаційних алгоритмів youtube. *Образ*. Випуск 1 (35) 2021 С. 84–100
19. Ромах О.В. Настільний посібник з методології досліджень соціальних комунікацій. Львів : ПАІС, 2020. 404 с.

20. Росс, Г. Журналістика конфлікту. Міжнародна Підтримка Медіа спільно з IMPACS. 2004. 22 с.
21. Чекмишев О. В. Основи професіональної комунікації. *Теорія і практика новинної журналістики*. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2004. 129 с.
22. Чернов. М.А. // Велика українська енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Чернов,_Мстислав_Андрійович#.D0.9B.D1.96.D1.82.D0.B5.D1.80.D0.B0.D1.82.D1.83.D1.80.D0.B0 (дата звернення: 22.11.2024).
23. Ютуб канал журналістки Раміни Есхакзай. URL: <https://www.youtube.com/@Raminaeshakzai> (дата звернення 25.11.2024)
24. Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*. Columbia University Press. URL: <https://archive.org/details/peopleschoicehow0000laza/page/n7/mode/2up> (дата звернення 25.11.2024)

ДОДАТКИ



Додаток А

ПЕРЕЛІК ІНТЕРВ'Ю МЕДІАПРОЄКТУ «ANNA HARVED»



Ціна нашої Перемоги - ресторатор, який пішов на війну
11 тис. переглядів · 11 місяців тому

Назва: Ціна нашої Перемоги - ресторатор, який пішов на війну

Кількість переглядів: 11 479 переглядів (станом на 08.11.2024)

Посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=pFCUcC3O6FQ>



Україна та Ізраїль у боротьбі за свободу, що їх відрізняє? - членкиня делегації в ПАРЕ
1,2 тис. переглядів · 11 місяців тому

Назва: Україна та Ізраїль у боротьбі за свободу, що їх відрізняє? - членкиня делегації в ПАРЕ

Кількість переглядів: 1 272 (станом на 08.11.2024)

Посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=y22AcNGhU0g>



Як стрес впливає на здоров'я жінки? - відверта розмова з гінекологом Іриною Кравчук
589 переглядів · 10 місяців тому

Назва: Як стрес впливає на здоров'я жінки? - відверта розмова з гінекологом Іриною Кравчук.

Кількість переглядів: 589 переглядів (станом на 08.11.2024)

Посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=kfS9gx-zosw>



Від Маріуполя до повернення з полону: історія бойового медика...

32 тис. переглядів · 9 місяців тому

Назва: Від Маріуполя до повернення з полону: історія бойового медика з "Азову" Асана Ісенаджиева

Кількість переглядів: 32 248 переглядів (станом на 08.11.2024)

Посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=iBdHdSY5DmY>



Ринок нерухомості в Україні у 2024. Що з ним відбувається?

23 тис. переглядів · 8 місяців тому

Назва: Ринок нерухомості в Україні у 2024. Що з ним відбувається?

Кількість переглядів: 23 265 переглядів (станом на 08.11.2024)

Посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=1owyfRrwWeY>



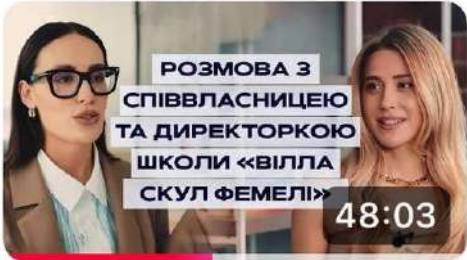
Рак не вирок! Зворушлива історія онкоодужуючої Дарії

464 перегляди · 5 місяців тому

Назва: Рак не вирок! Зворушлива історія онкоодужуючої Дарії

Кількість переглядів: 464 перегляди (станом на 08.11.2024)

Посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=iKU99NsfpIU>



Як змінилась освіта в Україні | Розмова з співвласницею та директ...
2,4 тис. переглядів · 5 місяців тому

Назва: Як змінилась освіта в Україні | Розмова з співвласницею та директоркою школи "Вілла Скул Фемелі"

Кількість переглядів: 2 435 (станом на 08.11.2024)

Посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=RuoJteV9MGM>

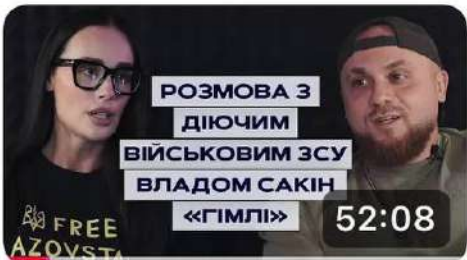


Від учня-перукаря з лазні до стиліста міжнародного масштабу. Нові тренди м...
3,3 тис. переглядів · 4 тижні тому

Назва: Від учня-перукаря з лазні до стиліста міжнародного масштабу. Нові тренди моди та стиль "old money"

Кількість переглядів: 3 379 (станом на 08.11.2024)

Посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=OCBTybmzawQ>



МОБІЛІЗАЦІЯ| ВІЙНА ЗМІНЮЄ| ЕТИКА ПОВЕДІНКИ В СОЦ. МЕР...
10 тис. переглядів · 2 тижні тому

Назва: МОБІЛІЗАЦІЯ| ВІЙНА ЗМІНЮЄ| ЕТИКА ПОВЕДІНКИ В СОЦ. МЕРЕЖАХ ПІД ЧАС ВІЙНИ| МОВА ТА РОСІЙСЬКА МУЗИКА

Кількість переглядів: 10 610 (станом на 08.11.2024)

Посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=24kMtFBQocY>

Додаток Б

СТАТИСТИКА ЮТУБ-КАНАЛУ «ANNA HARVED»

Рис. 1 Аналітичні дані медіапроєкту «ANNA HARVED»

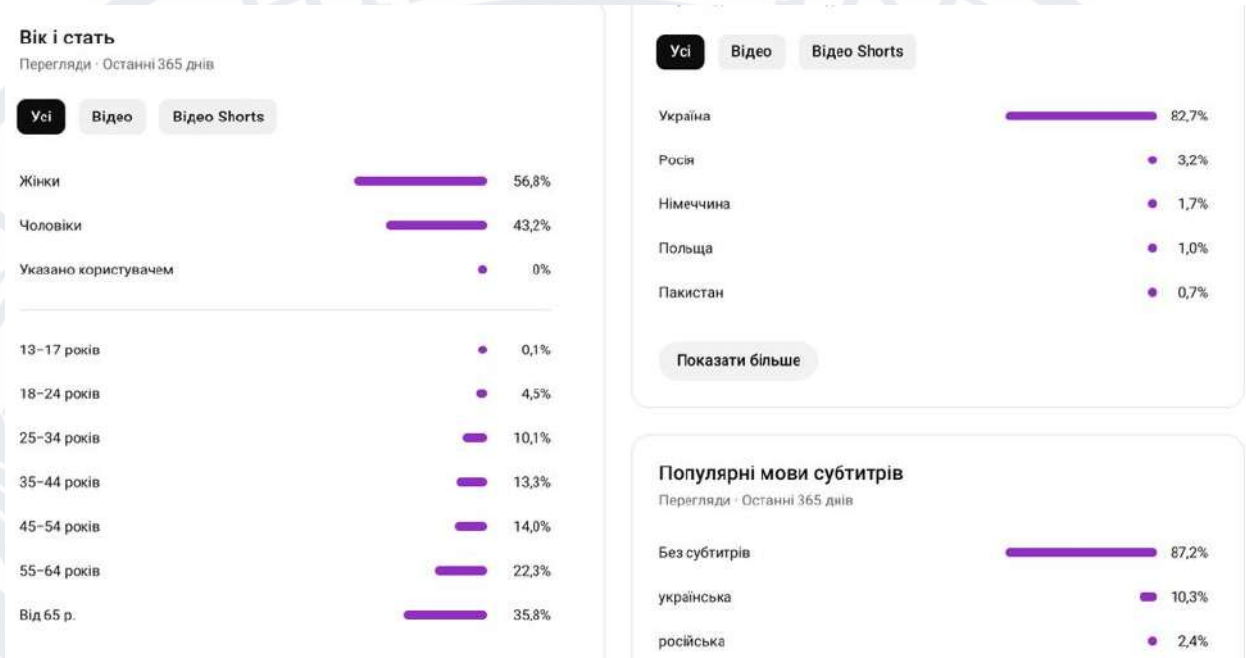


Рис. 2 Аналітика щодо тривалості перегляду інтерв'ю та переваг формату серед глядачів

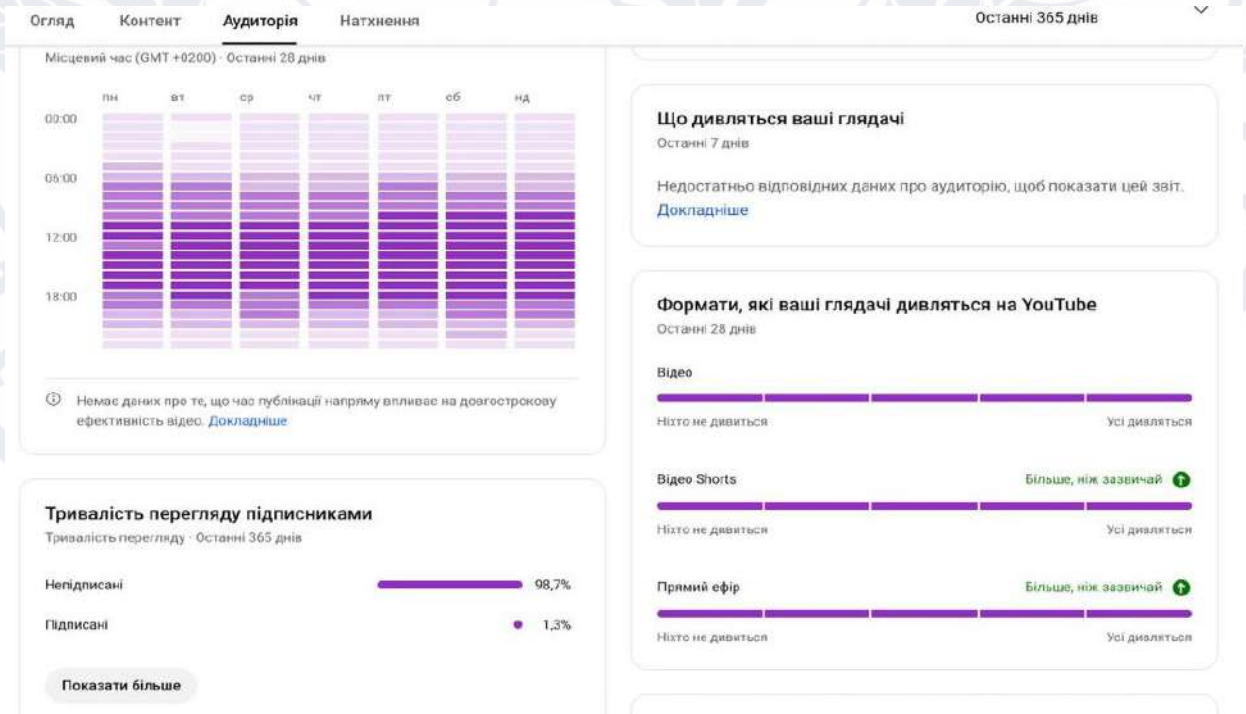


Рис. 3 Динаміка приросту та переглядів

