Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарного менеджменту
Кафедра журналістики та PR менеджменту

Допущено до захисту
на засіданні кафедри журналістики та PR менеджменту
(протокол № 10 від 20 травня 2025 р.)
Завідувач кафедри _____ Роман ШУЛИК

Кваліфікаційна робота у формі медіапроєкту
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
на тему: «Мультимедійний лонгрід на тему: «Розвиток медіаграмотності на Рівненщині як засобу протидії пропаганді протягом 2022–2024 років»: особливості планування та реалізації»

Виконала студентка 4 курсу, групи Ж-41
Спеціальності 061 «Журналістика»
Якимець Вікторія Василівна

Науковий керівник – доцент,
кандидат наук з державного управління
ШТУРХЕЦЬКИЙ Сергій Володимирович

Рецензент – доцент,
кандидат психологічних наук
КОСТЮЧЕНКО Олексій Миколайович

Острог, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ МЕДІАПРОЄКТУ 5

1.1 Обґрунтування вибору теми медіапроєкту: медіаграмотність як відповідь на пропаганду 5

1.2 Проблематика медіаграмотності та впливу пропаганди в джерелах та літературі 9

1.3 Формати медіа: мультимедійний лонгрід як сучасний інструмент інформування 13

1.4 Обґрунтування вибору формату лонгріду для реалізації медіапроєкту 17

1.5 Класифікація мультимедійних форматів у журналістиці 22

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МЕДІАПРОЄКТУ 30

2.1 Управління змістом мультимедійного лонгріду 30

2.2 Управління часом реалізації проєкту (етапи: ідея – дослідження – монтаж – публікація) 33

2.3 Управління ресурсами: команда, платформи, технічне забезпечення 36

2.4 Вартість проєкту: витрати та пошук безоплатних рішень 38

2.5 Забезпечення якості контенту: візуал, тексти, інтерактив 41

2.6 Аналіз ризиків під час реалізації (інформаційна вразливість, складність доступу до джерел) 45

2.7 Комунікаційна стратегія просування лонгріду 52

2.8 Моніторинг виконання медіапроєкту 54

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ 58

3.1 Проблеми реалізації мультимедійного лонгріду на тему медіаграмотності на Рівненщині 58

3.2 Досвід реалізації та його особливості 62

3.3 Рекомендації для покращення майбутніх проєктів такого формату 66

ВИСНОВКИ 71

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 74

ДОДАТКИ 78

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах гібридної війни та активної інформаційної агресії з боку Російської Федерації медіаграмотність стає ключовим елементом інформаційної безпеки держави. Регіональний контекст, зокрема Рівненська область, відіграє важливу роль у впровадженні ініціатив з медіаосвіти. У 2022–2024 роках в області спостерігається активізація програм, спрямованих на підвищення критичного мислення серед населення, що зумовлює актуальність дослідження впливу цих заходів на протидію пропаганді.

Мета дослідження. Реалізувати мультимедійний лонгрід на тему розвитку медіаграмотності на Рівненщині як інструменту протидії пропаганді у 2022–2024 роках, визначивши ключові особливості цього процесу та

сформулювавши рекомендації щодо підвищення інформаційної стійкості населення.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати наявні регіональні програми та ініціативи з розвитку медіаграмотності.
2. Оцінити рівень поінформованості мешканців Рівненщини щодо інформаційних загроз.
3. Визначити основні канали поширення пропаганди в регіоні.
4. Виявити вплив програм медіаграмотності на здатність населення розпізнавати дезінформацію.
5. Надати рекомендації щодо удосконалення заходів інформаційної безпеки в регіоні.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано комплекс методів: контент-аналіз медіапростору, соціологічне опитування мешканців Рівненської області, напівструктуровані інтерв’ю з фахівцями у сфері медіаосвіти, а також порівняльний аналіз регіональних ініціатив у сфері протидії пропаганді.

Об’єкт дослідження. Процес формування медіаграмотності серед населення Рівненської області.

Предмет дослідження. Освітні, комунікаційні та громадські заходи щодо розвитку медіаграмотності як засобу протидії пропаганді.

Практичне значення полягає у формуванні обґрунтованих рекомендацій для реалізації ефективної регіональної політики у сфері медіаосвіти та інформаційної безпеки. Теоретична значимість полягає у доповненні наукових знань про роль регіональних ініціатив у зміцненні інформаційного імунітету суспільства в умовах війни.

Наукова новизна дослідження. Дослідження вперше комплексно аналізує регіональні практики формування медіаграмотності в умовах інформаційної війни, акцентуючи увагу на період 2022–2024 років, що дозволяє оцінити динаміку змін та ефективність заходів у реальному часі.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ МЕДІАПРОЄКТУ

1.1 Обґрунтування вибору теми медіапроєкту: медіаграмотність як відповідь на пропаганду

У сучасному інформаційному просторі України, особливо в умовах повномасштабної війни, медіаграмотність набула безпрецедентного значення як фундаментальний інструмент протистояння ворожій пропаганді та дезінформації. Вибір теми мультимедійного лонгріду "Розвиток медіаграмотності на Рівненщині як засобу протидії пропаганді протягом 2022-2024 років" обумовлений критичною необхідністю дослідження, аналізу та популяризації локальних ініціатив з підвищення медіаграмотності населення в контексті національної інформаційної безпеки.

Початок повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року супроводжувався потужною інформаційною атакою, спрямованою на дестабілізацію українського суспільства через поширення фейків, маніпуляцій та дезінформації. Рівненська область, хоча й розташована у західній частині України і безпосередньо не зазнала бойових дій, опинилася в епіцентрі інформаційної війни. Поширення неправдивих повідомлень про ситуацію на фронті, спроби посіяти паніку серед місцевого населення, дискредитація українських силових структур та влади – усе це стало виразними проявами пропаганди, що потребувала рішучої та системної протидії.

Актуальність обраної теми медіапроєкту посилюється тим, що саме розвиток медіаграмотності виявився одним з найефективніших механізмів подолання інформаційних загроз. На відміну від цензури чи блокування інформаційних ресурсів, що можуть суперечити демократичним принципам, медіаграмотність спрямована на формування критичного мислення та навичок аналізу інформації, які дозволяють громадянам самостійно розпізнавати пропаганду та маніпуляції. Цей підхід не лише захищає від зовнішнього

інформаційного впливу, але й сприяє розвитку здорового інформаційного середовища та зміцненню громадянського суспільства [33].

Особливий інтерес представляє регіональний вимір цієї проблематики. Рівненщина, маючи свої соціокультурні, економічні та політичні особливості, демонструє унікальний досвід розбудови медіаграмотності. Локальні ініціативи, адаптовані до специфіки регіону, можуть виявитися надзвичайно цінними для формування загальнонаціональної стратегії протидії пропаганді. Дослідження цього досвіду дозволяє виявити як успішні практики, що заслуговують на поширення, так і проблемні аспекти, що потребують корекції.

Період 2022-2024 років обрано для аналізу невипадково. Цей часовий проміжок охоплює трансформацію підходів до медіаграмотності – від реактивних заходів, спрямованих на протидію конкретним дезінформаційним кампаніям на початку повномасштабного вторгнення, до системної роботи з формування стійких навичок критичного споживання інформації у різних вікових та соціальних груп населення. За цей час медіаграмотність з академічної дисципліни перетворилася на життєво необхідну компетенцію, а її розвиток став предметом уваги не лише освітніх закладів, але й громадських організацій, органів місцевого самоврядування та медіа.

Вибір формату мультимедійного лонгріду для висвітлення цієї теми обумовлений потребою комплексного та багатовимірного представлення досліджуваної проблематики. Лонгрід дозволяє поєднати глибокий аналітичний матеріал з візуальними елементами, інтерактивними компонентами, аудіо- та відеоконтентом, що забезпечує максимальну залученість аудиторії та різнобічне розкриття теми. Мультимедійність також відображає сучасний характер інформаційного споживання та демонструє можливості конструктивного використання різних медіаформатів [30].

Соціальна значущість обраної теми проявляється у декількох аспектах. По-перше, документування та аналіз регіональних ініціатив з розвитку медіаграмотності сприяє їх популяризації та може стимулювати впровадження подібних практик в інших областях України. По-друге, медіапроєкт може стати

платформою для діалогу між різними зацікавленими сторонами – освітянами, медіафахівцями, представниками громадських організацій та органів влади, що сприятиме координації зусиль та підвищенню ефективності роботи з розвитку медіаграмотності. По-третє, привернення уваги до теми медіаграмотності через якісний мультимедійний контент само по собі є внеском у формування критичного мислення та стійкості до пропаганди.

Особистий професійний інтерес автора до обраної теми пов'язаний з прагненням дослідити ефективні механізми протидії інформаційним загрозам у демократичному суспільстві та розвинути навички створення комплексних медіапроєктів, що поєднують журналістську аналітику, візуальне оповідання та інтерактивні елементи. Робота над лонгрідом також дозволяє застосувати й удосконалити компетенції у сфері збору та аналізу інформації, проведення інтерв'ю, роботи з даними та їх візуалізації, створення мультимедійного контенту [31].

Інноваційність запропонованого медіапроєкту полягає у комплексному підході до висвітлення теми, що поєднує журналістське розслідування, соціологічні дослідження, експертні оцінки та особисті історії. Використання сучасних технологій візуалізації даних, інтерактивних карт, аудіо- та відеоматеріалів дозволяє створити глибоке та багатовимірне оповідання, що відповідає потребам сучасної аудиторії. Окрім того, фокус на регіональному вимірі проблеми медіаграмотності відрізняє цей проєкт від більшості досліджень, що розглядають питання на загальнонаціональному рівні.

Практична цінність медіапроєкту виявляється у можливості його використання як інструменту освіти та просвіти. Матеріали лонгріду можуть бути корисними для педагогів, бібліотекарів, журналістів, громадських активістів, які працюють у сфері медіаграмотності. Документований досвід Рівненщини може стати основою для розробки методичних рекомендацій та навчальних програм, адаптованих до потреб різних цільових аудиторій. Крім того, проєкт може сприяти формуванню мережі фахівців та організацій, зацікавлених у розвитку медіаграмотності, що створить умови для обміну

досвідом та координації зусиль.

У контексті сучасних академічних дискусій обрана тема медіапроєкту знаходиться на перетині кількох актуальних напрямів досліджень: медіаосвіти, інформаційної безпеки, соціальної психології, комунікативістики. Вона дозволяє розглянути медіаграмотність не лише як освітню практику, але й як важливий компонент інформаційної стійкості суспільства, що набуває особливого значення в умовах гібридної війни. Проєкт також сприяє переосмисленню ролі регіональних медіа та освітніх закладів у формуванні критичного мислення населення та протидії пропаганді [32].

Розвиток медіаграмотності на Рівненщині протягом 2022-2024 років є яскравим прикладом трансформації соціальних практик під впливом воєнних викликів. Документування цього досвіду має не лише практичне, але й історичне значення, оскільки дозволяє зафіксувати важливий аспект реагування українського суспільства на інформаційну агресію. Ця тема також відображає ширші процеси розвитку громадянського суспільства та демократичних інститутів в Україні, адже медіаграмотність є невід'ємною складовою демократичної політичної культури.

Таким чином, вибір теми мультимедійного лонгріду "Розвиток медіаграмотності на Рівненщині як засобу протидії пропаганді протягом 2022-2024 років" обумовлений її актуальністю, соціальною значущістю, практичною цінністю та інноваційним потенціалом. Цей медіапроєкт має на меті не лише дослідити та проаналізувати регіональний досвід розвитку медіаграмотності, але й сприяти поширенню ефективних практик протидії пропаганді, що є надзвичайно важливим у контексті інформаційної війни, яку веде Росія проти України. Глибоке розуміння механізмів формування критичного мислення та інформаційної стійкості на регіональному рівні створює підґрунтя для розробки більш ефективних стратегій забезпечення національної інформаційної безпеки.

1.2 Проблематика медіаграмотності та впливу пропаганди в джерелах та літературі

У сучасному науковому дискурсі медіаграмотність розглядається як комплексна компетентність, що включає різні аспекти взаємодії з інформаційним середовищем. Відповідно до матеріалів, представлених у "П'ять ключових принципів медіаграмотності" (2016) [25]., виокремлюють п'ять основних складових: критичне мислення, розуміння медіавпливу, розпізнавання конструювання медіаповідомлень, креативність і участь у створенні медіаконтенту. Ці принципи знаходять підтвердження і розширення в роботі "Соціальна медіаграмотність: п'ять ключових принципів" (2015), де особлива увага приділяється соціальному виміру медіаграмотності [27].

Дослідження "Індекс медіаграмотності українців" (2021) від "Детектор Медіа" демонструє комплексний підхід до вимірювання рівня медіаграмотності в українському суспільстві, що дозволяє не лише оцінити поточний стан, але й визначити проблемні зони та стратегії подальшого розвитку [32].

Особливої актуальності набуває проблематика медіаграмотності в контексті інформаційної агресії. Робота Вербицької А. "Медіаграмотність як протидія інформаційній агресії: як не стати «корисним ідіотом» у руках пропагандистів" (2022) детально аналізує механізми інформаційного впливу та пропонує конкретні інструменти протидії маніпуляціям [12]. Авторка розглядає медіаграмотність не просто як навичку критичного споживання інформації, але як важливий елемент національної безпеки в умовах інформаційної війни.

У матеріалі "Вікно Овертона і пропаганда: чому варто уникати російських джерел інформації" (2022) розкривається зв'язок між теорією "вікна Овертона" та механізмами пропаганди, демонструючи, як поступове зміщення дискурсу може призводити до прийняття раніше неприйнятних ідей. Це дослідження показує важливість розуміння не лише окремих маніпулятивних технік, але й стратегічних підходів до формування громадської думки [13].

Дослідження "Тренди дезінформації та пропаганди в соціальних медіа

півдня України за 5 місяців війни" (2022) пропонує регіональний аналіз інформаційних впливів, що демонструє специфіку поширення дезінформації з урахуванням локального контексту. Цей підхід підкреслює необхідність враховувати регіональні особливості при розробці стратегій протидії пропаганді [28].

Значна частина проаналізованих джерел спрямована на практичне впровадження принципів медіаграмотності. Посібник "Практична медіаграмотність для бібліотекарів" (2022) демонструє важливість бібліотек як осередків розвитку медіаграмотності, пропонуючи методики та інструменти для бібліотечних працівників [26].

Масштабне видання "Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера" (2021) за редакцією Тараненко О. представляє комплексний підхід до навчання медіаграмотності в онлайн-форматі, що особливо актуально в умовах діджиталізації освіти. Посібник пропонує не лише теоретичні відомості, але й практичні вправи, сценарії занять та методичні рекомендації для тренерів [33].

"Конструктор вправ. Збірникпрактичних завдань з інфомедійної грамотності, інтегрованої до фахової підготовки студентів-журналістів" (2022) під редакцією Будівської Г., Дуцик Д. та Тараненко О. демонструє підхід до інтеграції медіаграмотності в професійну підготовку майбутніх журналістів, що є важливим для формування відповідальної журналістської спільноти [21]. Дослідження Забуги С.С. "Державна політика у сфері впровадження медіаграмотності в Україні" (2022) розглядає системні підходи до розвитку медіаграмотності на державному рівні, аналізуючи нормативно-правову базу, інституційний потенціал та практичні механізми реалізації відповідних програм. Ця робота демонструє, що медіаграмотність стала важливим елементом державної політики в інформаційній сфері [19].

Особливої уваги заслуговують дослідження, присвячені новим форматам представлення інформації в медіа. Харитоненко О.І. в роботі "Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітектоніки в журналістиці: зміст, різновиди, сучасні інтерпретації" (2018) аналізує сторітелінг як потужний інструмент впливу на

аудиторію, що через наративні структури формує певне сприйняття реальності [29].

Дослідження Emde K., Klimmt C., Schluetz D.M. "Does storytelling help adolescents to process the news? A comparison of narrative news and the inverted pyramid" (2016) демонструє, як різні форми подачі новин впливають на сприйняття інформації підлітками, підкреслюючи важливість розуміння психологічних механізмів взаємодії з медіаконтентом [2].

Євменова О.К. та Дубровна Т.І. у дослідженні "Лонгрід як новітній жанр журналістики" (2017) [31]. та Дюжева К. в роботі "Особливості моделювання лонгрідів" (2017) [17]. аналізують специфіку лонгрідів як формату, що дозволяє глибоко та детально висвітлювати складні теми, поєднуючи текстові, візуальні та інтерактивні елементи.

Важливим напрямком досліджень є журналістика даних, що розглядається як ефективний інструмент представлення складної інформації в доступній та наочній формі. Посібник "Журналістика даних" (2012) за редакцією Джонатана Грея, Ліліани Бонегру та Люсі Чемберс пропонує комплексний огляд методів збору, аналізу та візуалізації даних у журналістській практиці [18].

Дослідження Rogers S., Schwabish J., Bowers D. "Data Journalism in 2017: The Current State and Challenges Facing the Field Today" (2017) аналізує сучасний стан та виклики, що постають перед журналістикою даних, підкреслюючи її роль у забезпеченні прозорості та підзвітності [11].

Практичні приклади застосування журналістики даних можна побачити в роботах, опублікованих у The Guardian: "European elections: UK results" (2014), [3]. "Gender pay gap: what we learned and how to fix it" (2018) [7]., "Deadly weather: the human cost of 2018's climate disasters – visual guide" (2018) [8]. та інших, що демонструють потенціал візуалізації даних для розкриття складних соціальних, економічних та екологічних проблем.

Окремий напрямок досліджень пов'язує медіаграмотність із цілями сталого розвитку. Зернецька О.В. у роботі "Медіа-форматування проблем сталого розвитку у глобальному інформаційно-комунікаційному просторі" (2017) [20].

аналізує, як медіа формують дискурс навколо питань сталого розвитку, впливаючи на сприйняття цих проблем суспільством.

Гондюл О.Д. у дослідженнях "Соціальна відповідальність медіа як ефективний результат «журналістики рішень»" (2019) [16]. та "Використання ігрових технологій в медіа для досягнення глобальних Цілей сталого розвитку" (2023) [15]. розглядає інноваційні підходи до висвітлення проблематики сталого розвитку, підкреслюючи важливість соціальної відповідальності медіа та потенціал ігрових технологій для залучення аудиторії до вирішення глобальних проблем.

Аналіз джерел та літератури з проблематики медіаграмотності та впливу пропаганди демонструє багатогранність та міждисциплінарний характер цих досліджень. Наукові роботи охоплюють широкий спектр аспектів: від теоретичних засад медіаграмотності до практичних інструментів протидії інформаційним маніпуляціям, від аналізу нових форматів представлення інформації до дослідження психологічних механізмів сприйняття медіаконтенту, від локальних ініціатив до державної політики у сфері медіаосвіти [18].

Особливу актуальність ці дослідження набувають в українському контексті, де медіаграмотність стає важливим елементом національної безпеки в умовах інформаційної агресії. Водночас, міжнародний досвід, представлений у аналізованих джерелах, дозволяє розглядати проблематику медіаграмотності в глобальному контексті, враховуючи загальносвітові тенденції розвитку медіасфери та інформаційного суспільства.

Перспективними напрямками подальших досліджень можуть бути: розробка методик оцінки ефективності програм з медіаграмотності, аналіз впливу штучного інтелекту на інформаційне середовище та відповідні виклики для медіаосвіти, дослідження специфіки медіаграмотності в різних вікових та соціальних групах, а також вивчення психологічних механізмів стійкості до інформаційних маніпуляцій.

1.3 Формати медіа: мультимедійний лонгрід як сучасний інструмент інформування

Сучасне медіасередовище характеризується стрімкою еволюцією форматів подання інформації, що зумовлено як технологічними інноваціями, так і трансформацією інформаційних потреб та звичок аудиторії. У цьому контексті мультимедійний лонгрід постає як одна з найперспективніших форм комунікації, що дозволяє глибоко та всебічно висвітлювати складні теми, поєднуючи переваги різних медіаформатів та забезпечуючи високий рівень залученості читачів.

Історично розвиток медіаформатів відображає загальні тенденції техногенної еволюції суспільства. Від рукописних книг та газет до радіо, телебачення, а згодом цифрових медіа – кожен етап розвитку комунікаційних технологій супроводжувався появою нових форматів передачі інформації. Цифрова революція особливо радикально змінила медіаландшафт, спричинивши не лише виникнення принципово нових форматів, але й трансформацію традиційних. Інтернет, соціальні мережі, мобільні технології створили передумови для конвергенції медіа та розмивання меж між різними видами контенту, що раніше існували окремо [25].

Мультимедійний лонгрід як формат виник на перетині журналістики, цифрового сторітелінгу та веб-дизайну. Його поява пов'язана з прагненням медіа адаптуватися до нових умов споживання інформації, де користувач має можливість не просто пасивно сприймати контент, але й взаємодіяти з ним, обирати власну траєкторію ознайомлення та глибину занурення у тему. Перші визначні приклади мультимедійних лонгрідів, як-от "Snow Fall" The New York Times (2012), продемонстрували потенціал цього формату та започаткували тренд, який швидко поширився у світовій та українській журналістиці [29].

Мультимедійний лонгрід відрізняється від традиційних форматів кількома ключовими характеристиками. По-перше, це значний обсяг текстового матеріалу, що дозволяє глибоко розкрити тему, представити різні аспекти

проблеми, навести докладну аргументацію. По-друге, це органічне поєднання тексту з іншими елементами – фотографіями, відео, аудіо, інфографікою, інтерактивними картами тощо. По-третє, це особлива архітектура подання інформації, що передбачає паралельне розгортання наративу через різні канали сприйняття та можливість нелінійного ознайомлення з матеріалом [27].

Мультимедійність як принцип побудови лонгріду має глибоке психологічне та когнітивне обґрунтування. Дослідження показують, що залучення різних каналів сприйняття інформації сприяє її кращому розумінню та запам'ятовуванню. Візуальні компоненти допомагають структурувати складну інформацію, зробити її більш доступною для сприйняття. Аудіо- та відеоелементи створюють ефект присутності, підвищують емоційну залученість аудиторії. Інтерактивні компоненти дають можливість користувачу активно взаємодіяти з контентом, що підвищує рівень його залученості та ототожнення з темою [28].

У контексті висвітлення теми медіаграмотності як засобу протидії пропаганді, формат мультимедійного лонгріду надає унікальні можливості. Він дозволяє не лише розповісти про проблему, але й продемонструвати механізми пропаганди та маніпуляції, наочно представити техніки критичного аналізу інформації, презентувати конкретні кейси та їх розбір.

Мультимедійність дає змогу включити в матеріал інтерв'ю з експертами, фрагментитренінгів з медіаграмотності, приклади дезінформації та їх спростування, що робить контент не лише інформативним, але й освітнім [23].

Особливу цінність мультимедійний лонгрід представляє для регіонального виміру проблематики медіаграмотності. Він дозволяє створити детальну карту ініціатив з розвитку медіаграмотності на Рівненщині, візуалізувати дані щодо рівня медіаграмотності різних соціальних груп, представити візуальні історії людей, які займаються просвітницькою роботою у цій сфері. Локальний контекст набуває особливої виразності через поєднання текстових, візуальних та аудіокомпонентів, що створюють ефект занурення у регіональну специфіку проблеми [20].

З технічного погляду створення мультимедійного лонгріду потребує інтеграції різних технологій та інструментів. Сучасні платформи для розробки лонгрідів, такі як Tilda, Readymag, Shorthand, WordPress (з відповідними плагінами), надають широкі можливості для реалізації творчих задумів без необхідності глибокого знання програмування. Водночас, розробка справді інноваційного та технічно досконалого лонгріду може потребувати залучення фахівців з веб-розробки, дизайну, відеовиробництва, що робить цей формат ресурсозатратним порівняно з традиційними публікаціями [22].

Виклики, пов'язані зі створенням мультимедійного лонгріду, не обмежуються технічними аспектами. Важливими є також питання драматургії та композиції матеріалу, балансу між різними типами контенту, забезпечення когерентності наративу при можливості нелінійного ознайомлення з матеріалом. Кожен елемент лонгріду має бути не просто декоративним доповненням, а органічною частиною цілісної історії, що розкриває певний аспект теми або посилює емоційний вплив матеріалу [14].

Ефективність мультимедійного лонгріду як інструменту інформування залежить від кількох ключових факторів. По-перше, це якість контенту – глибина аналізу, достовірність інформації, експертність оцінок. По-друге, це технічна реалізація – зручність інтерфейсу, швидкість завантаження, адаптивність до різних пристроїв. По-третє, це художня виразність – естетика візуального оформлення, стилістична єдність, оригінальність підходу до розкриття теми [17].

У контексті української медіасфери мультимедійний лонгрід поступово утверджується як формат для висвітлення складних суспільно значущих тем. Видання "Українська правда", "Новое время", "Тексти", "Заборона" активно експериментують з цим форматом, створюючи впливові матеріали на соціальні, політичні, історичні теми. Війна з Росією стала потужним стимулом для розвитку мультимедійних проєктів, спрямованих на документування російських злочинів, висвітлення героїзму захисників України, аналіз трансформацій українського суспільства в умовах воєнних викликів.

Специфіка регіональних медіа, зокрема на Рівненщині, полягає в

обмеженості ресурсів для створення технічно складних мультимедійних проєктів. Водночас, саме у регіональному вимірі мультимедійний лонгрід може мати особливий вплив, оскільки дозволяє показати локальні проблеми та ініціативи у широкому контексті, поєднати персональні історії з аналітикою, візуалізувати дані щодо конкретної громади чи області. Розвиток цього формату на регіональному рівні потребує не лише технічних можливостей, але й відповідних компетенцій журналістів та редакторів, здатних мислити мультимедійно та створювати складноструктуровані наративи [15].

Перспективи розвитку мультимедійного лонгріду як формату пов'язані з кількома тенденціями. По-перше, це подальша інтеграція інтерактивних та ігрових елементів, що посилюють залученість аудиторії. По-друге, це використання технологій доповненої та віртуальної реальності для створення ефекту присутності та імерсивного досвіду. По-третє, це персоналізація контенту відповідно до інтересів, потреб та рівня обізнаності користувача. Ці інновації здатні трансформувати мультимедійний лонгрід з інформаційного продукту на повноцінне цифрове середовище для дослідження теми [5].

У контексті проєкту з розвитку медіаграмотності на Рівненщині, мультимедійний лонгрід надає унікальну можливість не лише розповісти про проблему, але й показати шляхи її вирішення. Формат дозволяє інтегрувати в матеріал навчальні елементи – інтерактивні тести для перевірки рівня медіаграмотності, ілюстровані інструкції з перевірки інформації, відеоуроки з розпізнавання пропаганди. Таким чином, лонгрід стає не лише джерелом інформації, але й інструментом розвитку критичного мислення та медіакомпетентності аудиторії [9].

Вплив мультимедійного лонгріду на аудиторію має кілька вимірів. На когнітивному рівні він забезпечує глибоке розуміння складних явищ та процесів через поєднання різних способів представлення інформації. На емоційному рівні він створює сильний емпатичний зв'язок з темою через персональні історії, візуальні образи, звуковий супровід. На поведінковому рівні він може спонукати до конкретних дій – від поширення інформації у соціальних мережах до участі

у громадських ініціативах чи зміни повсякденних інформаційних практик [6].

Мультимедійний лонгрід також можна розглядати як відповідь на виклики сучасного інформаційного середовища, характерними рисами якого є фрагментарність, поверховість, інформаційний шум. У протиставлення коротким новинним повідомленням та поверховим оглядам, лонгрід пропонує глибоке занурення у тему, всебічний аналіз, структуроване представлення складних явищ. Це особливо важливо для теми медіаграмотності, яка потребує не лише інформування, але й формування конкретних навичок критичного аналізу інформації [3].

Таким чином, мультимедійний лонгрід як формат медіа представляє собою потужний інструмент інформування, що поєднує переваги різних типів контенту та забезпечує комплексне висвітлення складних тем. Його застосування для розкриття проблематики розвитку медіаграмотності на Рівненщині як засобу протидії пропаганді є обґрунтованим вибором, що відповідає як інформаційним потребам аудиторії, так і освітнім цілям проєкту. Створення якісного мультимедійного лонгріду потребує синтезу журналістських, дизайнерських, технічних компетенцій, але потенційний вплив такого матеріалу виправдовує ці зусилля, особливо коли йдеться про теми, пов'язані з інформаційною безпекою та критичним мисленням у часи інформаційної війни.

1.4 Обґрунтування вибору формату лонгріду для реалізації медіапроєкту

Перш за все, вибір лонгріду обумовлений багатоаспектністю та складністю обраної теми. Проблематика медіаграмотності як інструменту протидії пропаганді охоплює історичний, соціологічний, психологічний, освітній, політичний та технологічний аспекти, що вимагає значного обсягу контенту для всебічного висвітлення. Лонгрід, на відміну від коротких новинних форматів або стандартних статей, надає достатній простір для глибокого занурення в тему з висвітленням її різних вимірів. Це особливо

важливо для аналізу регіонального контексту розвитку медіаграмотності, який передбачає представлення конкретних ініціатив, програм, інституцій та особистостей [12].

Формат лонгріду відповідає інформаційним потребам цільової аудиторії проєкту, яка включає педагогів, журналістів, громадських активістів, студентів, працівників сфери культури та всіх зацікавлених у проблематиці медіаграмотності. Ці категорії аудиторії характеризуються високим рівнем залученості та потребують не лише фактологічної інформації, але й аналітичних матеріалів, практичних прикладів, експертних оцінок. Лонгрід забезпечує можливість задовольнити ці потреби через поєднання різних типів контенту та нелінійну структуру, що дозволяє кожному користувачу обрати власний шлях ознайомлення з матеріалом відповідно до своїх інтересів та рівня обізнаності [16].

Мультимедійна природа лонгріду ідеально відповідає завданням проєкту з розвитку медіаграмотності. Поєднання тексту, фотографій, відео, аудіо, інфографіки, інтерактивних елементів дозволяє не лише розповісти про медіаграмотність, але й продемонструвати техніки критичного аналізу інформації, візуалізувати механізми пропаганди, представити приклади маніпуляцій та способи їх розпізнавання. Таким чином, сам формат медіапроєкту стає інструментом розвитку медіаграмотності, демонструючи різні способи представлення інформації та спонукаючи до їх критичного осмислення [18].

Хронологічні рамки проєкту (2022-2024 роки) передбачають аналіз розвитку медіаграмотності на Рівненщині в динаміці, що потребує представлення часової перспективи. Формат лонгріду дозволяє ефективно реалізувати цю задачу через використання інтерактивних таймлайнів, порівняльних матеріалів, візуалізації змін у часі. Крім того, лонгрід забезпечує можливість періодичного оновлення та доповнення контенту в міру розвитку ситуації, що особливо важливо для висвітлення теми, яка продовжує еволюціонувати.

Регіональний фокус проєкту також добре реалізується у форматі

мультимедійного лонгріду, який дозволяє створити "карту медіаграмотності" Рівненщини з інтерактивними елементами, що представляють різні населені пункти, організації, ініціативи. Це забезпечує не лише інформаційну цінність матеріалу, але й практичну користь для аудиторії, яка отримує можливість знайти релевантні для свого населеного пункту чи сфери діяльності ресурси та контакти [7].

Важливим фактором вибору формату лонгріду є його освітній потенціал. Проєкт з розвитку медіаграмотності має не лише інформаційну, але й просвітницьку мету, спрямовану на формування конкретних навичок критичного аналізу інформації. Лонгрід дозволяє інтегрувати в структуру матеріалу навчальні елементи: інтерактивні тести для перевірки рівня медіаграмотності, практичні завдання з аналізу медіаповідомлень, покрокові інструкції з перевірки інформації, глосарій ключових термінів. Це перетворює медіапроєкт на повноцінний освітній ресурс, що відповідає його стратегічній меті [3].

Формат мультимедійного лонгріду також відповідає сучасним тенденціям у споживанні інформації, які характеризуються фрагментарністю, мультизадачністю, перевагою візуального контенту. Структура лонгріду з чітким поділом на розділи, використанням різних типів контенту, можливістю вибіркового ознайомлення з матеріалом враховує ці особливості та забезпечує комфортне сприйняття інформації різними категоріями користувачів. При цьому, на відміну від коротких форматів соціальних медіа, лонгрід забезпечує достатню глибину та контекстуалізацію інформації, що критично важливо для теми медіаграмотності [2].

У контексті протидії пропаганді вибір формату лонгріду має особливе значення. Пропаганда часто діє через спрощення складних явищ, вирвані з контексту факти, емоційні маніпуляції, які найкраще спростовуються через глибокий аналіз та контекстуалізацію інформації. Лонгрід, з його можливістю представити різні перспективи, навести детальну аргументацію, продемонструвати зв'язки між явищами, є ефективним антидотом проти пропагандистських наративів. Таким чином, сам формат

проєкту стає демонстрацією принципів, які він просуває. Технічні аспекти реалізації мультимедійного лонгріду також відповідають можливостям та обмеженням проєкту.

Сучасні платформи для створення лонгрідів (Tilda, Readymag, Shorthand, WordPress з відповідними плагінами) надають зручні інструменти для реалізації складних мультимедійних проєктів без необхідності глибоких знань програмування, що робить цей формат доступним для реалізації з наявними ресурсами. При цьому ці платформи забезпечують адаптивність контенту для різних пристроїв, що важливо з огляду на зростання частки мобільного споживання інформації [23]. Порівняно з іншими можливими форматами для реалізації проєкту з розвитку медіаграмотності, лонгрід має суттєві переваги. На відміну від серії окремих статей, він забезпечує цілісність наративу та контекстуальні зв'язки між різними аспектами теми. Порівняно з відеодокументалістикою, лонгрід є більш гнучким у споживанні (можливість вибіркового ознайомлення, повернення до окремих розділів) та менш ресурсозатратним у виробництві. На відміну від подкасту, він забезпечує візуалізацію інформації, що критично важливо для теми медіаграмотності.

А порівняно з інтерактивною інфографікою, лонгрід надає можливість включити глибокий аналітичний текст та персональні історії.

Успішні прецеденти використання лонгрідів для висвітлення теми медіаграмотності та протидії дезінформації також підтверджують доцільність вибору цього формату. Міжнародні та українські медіа ("The New York Times", "The Guardian", "Texty.org.ua", "Детектор медіа") активно використовують формат лонгріду для складних журналістських розслідувань, аналізу інформаційних маніпуляцій, висвітлення проблем медіаосвіти. Ці проєкти демонструють високий рівень залученості аудиторії та значнийосвітній вплив. Регіональний вимір проєкту також враховується при виборі формату лонгріду. Для Рівненщини створення якісного мультимедійного лонгріду з теми медіаграмотності має не лише інформаційну, але й іміджеву цінність, демонструючи високий рівень цифрової журналістики в регіоні. Такий проєкт

може стати зразком для інших регіональних медіаініціатив та сприяти підвищенню стандартів регіональної журналістики.

Перспективи подальшого використання та розвитку проєкту також обумовлюють вибір формату лонгріду. Цей формат забезпечує можливість періодичного оновлення та доповнення контенту, створення тематичних розділів чи спецпроєктів, адаптації матеріалів для різних платформ та аудиторій. Лонгрід також може стати основою для створення освітніх програм, методичних матеріалів, тренінгів з медіаграмотності, що відповідає довгостроковим цілям проєкту.

Важливим аспектом є також поєднання аналітичної глибини з емоційним впливом, що забезпечується форматом лонгріду. Тема медіаграмотності часто сприймається як суха та технічна, однак для ефективного впливу на аудиторію необхідно забезпечити емоційну залученість. Мультимедійний лонгрід дозволяє поєднати аналітичні матеріали з персональними історіями, інтерв'ю, відеосвідченнями, що робить тему більш релевантною та близькою для аудиторії.

Інклюзивність та доступність контенту також враховуються при виборі формату. Мультимедійний лонгрід дозволяє представити інформацію в різних форматах (текст, аудіо, відео), що забезпечує доступність для людей з різними особливостями сприйняття інформації. Адаптивний дизайн та можливість налаштування відображення контенту (розмір шрифту, контрастність) сприяють інклюзивності проєкту, що відповідає сучасним стандартам цифрової доступності. Нарешті, вибір формату лонгріду відповідає професійним амбіціям та завданням розвитку автора проєкту. Робота над мультимедійним лонгрідом вимагає освоєння різних аспектів цифрової журналістики: структурування великих обсягів інформації, створення та редагування різних типів контенту, взаємодія з технічними фахівцями, просування проєкту в цифровому середовищі. Ці компетенції є критично важливими для сучасного медіафахівця, особливо в контексті цифрової трансформації регіональних медіа.

Таким чином, вибір формату мультимедійного лонгріду для реалізації проєкту з розвитку медіаграмотності на Рівненщині є обґрунтованим рішенням,

що враховує особливості теми, потреби аудиторії, технічні можливості, сучасні тенденції медіаспоживання та стратегічні цілі проєкту. Цей формат забезпечує оптимальний баланс між глибиною аналізу та мультимедійною виразністю, між освітнім впливом та залученістю аудиторії, між технічною доступністю та інноваційністю. Лонгрід не лише дозволяє ефективно висвітлити тему медіаграмотності, але й сам по собі стає прикладом якісного інформаційного продукту, що втілює принципи, які пропагує – різнобічність представлення інформації, контекстуалізацію, глибину аналізу, критичне мислення.

1.5 Класифікація мультимедійних форматів у журналістиці

Сучасна журналістика переживає фундаментальну трансформацію, пов'язану з розвитком цифрових технологій та зміною медіаспоживання аудиторії. Центральним аспектом цієї трансформації стала мультимедіатизація контенту, що передбачає інтеграцію різних форматів представлення інформації в єдиний журналістський матеріал. Класифікація мультимедійних форматів у журналістиці дозволяє систематизувати різноманіття підходів до створення цифрового контенту та визначити оптимальні стратегії його використання для різних типів матеріалів та аудиторій. Першим фундаментальним критерієм класифікації мультимедійних форматів є тип інформаційного каналу, що використовується для передачі повідомлення. За цим критерієм можна виділити текстові, візуальні, аудіальні та комбіновані формати. Кожен з цих типів має свої особливості сприйняття, переваги та обмеження, що необхідно враховувати при створенні мультимедійного матеріалу.

Текстові формати залишаються основою журналістського контенту навіть у цифрову епоху. До них належать традиційні журналістські жанри, адаптовані до цифрового середовища: новини, репортажі, інтерв'ю, аналітичні статті, розслідування, нариси. Цифрові технології розширили можливості текстових форматів через гіпертекстуальність (можливість переходу за посиланнями), структурування за допомогою заголовків та підзаголовків, використання різних

типів шрифтів та виділень. Важливим елементом сучасних текстових форматів є інтерактивність, що дозволяє читачу взаємодіяти з текстом через коментарі, оцінки, опитування [23].

Візуальні формати набули особливого значення в сучасній журналістиці завдяки психологічним особливостям сприйняття інформації людиною – близько 90% інформації надходить через зоровий канал. До візуальних форматів належать фотографії, слайд-шоу, інфографіка, графіки та діаграми, карти, таймлайни, комікси, ілюстрації. Окремо варто виділити відеоформати, що поєднують візуальний та аудіальний канали комунікації: відеосюжети, відеоінтерв'ю, прямі трансляції, відеоілюстрації, відеоінфографіка, анімаційні ролики.

Аудіальні формати охоплюють різноманітні способи передачі інформації через звук: аудіоподкасти, аудіоілюстрації, аудіокоментарі, аудіослайд-шоу, аудіоверсії текстових матеріалів. Розвиток технологій потокового аудіо та популярність мобільних пристроїв сприяли ренесансу аудіоформатів, що дозволяють споживати інформацію паралельно з іншими активностями [20].

Комбіновані формати поєднують різні типи контенту та канали комунікації. До них належать мультимедійні історії, лонгріди, інтерактивні репортажі, віртуальні та доповнені реальності, імерсивна журналістика. Саме комбіновані формати найповніше відображають сутність мультимедійної журналістики та її потенціал для глибокого та всебічного висвітлення складних тем.

Другим критерієм класифікації мультимедійних форматів є рівень інтерактивності, тобто можливість користувача взаємодіяти з контентом та впливати на його відображення. За цим критерієм можна виділити пасивні, реактивні та інтерактивні формати.

Пасивні формати передбачають лінійне споживання інформації без можливості впливу користувача на контент. До них належать більшість традиційних журналістських матеріалів, адаптованих для цифрового середовища: статті, фоторепортажі, відеосюжети [26].

Реактивні формати надають користувачу обмежені можливості взаємодії з контентом: вибір порядку ознайомлення з матеріалом, налаштування відображення (розмір шрифту, темна/світла тема), можливість залишити коментар або оцінку. Прикладами реактивних форматів є мультимедійні лонгріди з можливістю навігації, інтерактивні фотогалереї, матеріали з елементами голосування чи опитування.

Інтерактивні формати передбачають активну участь користувача у формуванні контенту або значний вплив на його відображення. До них належать інтерактивні карти з можливістю вибору параметрів відображення, генеративна інфографіка, що змінюється залежно від введених користувачем даних, журналістські матеріали у форматі тестів чи квізів, імерсивні проєкти з можливістю вільного пересування у віртуальному просторі.

Третім критерієм класифікації є технологічна складність реалізації мультимедійного формату, що визначає необхідні ресурси та компетенції для його створення. За цим критерієм можна виділити базові, середньої складності та комплексні формати.

Базові формати потребують мінімальних технічних навичок та можуть бути реалізовані за допомогою доступних інструментів: текст з фотографіями, аудіокоментарі, прості слайд-шоу, базова інфографіка. Такі формати доступні для реалізації навіть невеликими редакціями з обмеженими ресурсами [27].

Формати середньої складності потребують спеціальних навичок та програмного забезпечення, але не вимагають глибоких знань програмування чи значних технічних ресурсів: інтерактивні карти на базі готових платформ (Google Maps, Mapbox), відеоінфографіка, анімовані таймлайни, інтерактивні тести та опитування.

Комплексні формати передбачають використання спеціалізованих технологій, командну роботу фахівців різного профілю та значні ресурси для реалізації: проєкти з використанням віртуальної та доповненої реальності, генеративна інфографіка з обробкою великих даних, інтерактивні 3D-моделі, імерсивні мультимедійні історії з нелінійною структурою [28].

Четвертим критерієм класифікації є структура наративу – спосіб організації та подачі історії в мультимедійному матеріалі. За цим критерієм можна виділити лінійні, паралельні, розгалужені та мозаїчні наративи.

Лінійні наративи передбачають послідовне розгортання історії з чітко визначеним початком, розвитком та завершенням. Такий підхід характерний для класичних журналістських матеріалів, адаптованих до цифрового середовища, та простих мультимедійних історій.

Паралельні наративи поєднують кілька сюжетних ліній або тематичних блоків, що розвиваються одночасно та взаємодоповнюють один одного. Цей підхід дозволяє показати різні аспекти теми або різні перспективи її сприйняття. Прикладом є мультимедійні репортажі, що поєднують хронологію подій з персональними історіями учасників.

Розгалужені наративи надають користувачу можливість обирати шлях ознайомлення з історією, що впливає на її розвиток та фінал. Такий підхід характерний для інтерактивних документальних проєктів та журналістських матеріалів з елементами гейміфікації.

Мозаїчні наративи не мають чіткої структури та дозволяють користувачу самостійно формувати власний шлях ознайомлення з контентом через дослідження різних елементів матеріалу. Цей підхід використовується у проєктах, що поєднують різноманітні типи контенту навколо певної теми без жорсткої прив'язки до хронології чи причинно-наслідкових зв'язків.

П'ятим критерієм класифікації є функціональне призначення мультимедійного формату – його роль у журналістському матеріалі та вплив на аудиторію. За цим критерієм можна виділити інформаційні, аналітичні, експлікативні, імерсивні та розважальні формати.

Інформаційні формати спрямовані на передачу фактів та новин: мультимедійні новини, фоторепортажі, відеосюжети, інформаційні підкасти.

Ці формати характеризуються лаконічністю, чіткою структурою та швидкістю сприйняття.

Аналітичні формати призначені для глибокого аналізу явищ, процесів,

тенденцій: мультимедійні лонгріди з аналітичною складовою, інтерактивна інфографіка з великими даними, аналітичні відеоматеріали. Ці формати характеризуються значним обсягом, складною структурою та високою інформаційною щільністю.

Експлікативні формати спрямовані на пояснення складних явищ та процесів у доступній формі: пояснювальні відео, інтерактивні гайди, навчальні інфографіки, візуалізації даних. Ці формати характеризуються використанням спрощень, метафор, поетапного розкриття теми.

Імерсивні формати мають на меті занурення користувача в атмосферу події чи явища, створення ефекту присутності: відео з ефектом 360 градусів, проєкти з віртуальною реальністю, аудіосимуляції. Ці формати характеризуються високим емоційним впливом та психологічним залученням аудиторії.

Розважальні формати поєднують інформаційну складову з елементами гри та розваги: журналістські матеріали у форматі квізів, інтерактивних тестів, ігрових симуляцій. Ці формати характеризуються високим рівнем залученості аудиторії та елементами гейміфікації.

Шостим критерієм класифікації є технологічна платформа, на якій реалізовано мультимедійний формат. За цим критерієм можна виділити веб-формати, мобільні формати, соціально-медійні формати та крос-платформні формати.

Веб-формати розраховані на відображення на десктопних пристроях та ноутбуках: мультимедійні лонгріди з складною верстkою, інтерактивні проєкти з використанням JavaScript та WebGL, веб-документальні фільми. Ці формати характеризуються можливістю використання складних візуальних ефектів та інтерактивних елементів.

Мобільні формати оптимізовані для смартфонів та планшетів: AMP-історії, мобільні лонгріди, вертикальні відео, аудіоподкасти. Ці формати характеризуються адаптованим інтерфейсом, оптимізованим розміром файлів та врахуванням особливостей мобільного споживання контенту.

Соціально-медійні формати розроблені для платформ соціальних медіа:

Instagram-історії, Facebook Instant Articles, Twitter Moments, TikTok-відео. Ці формати враховують особливості кожної платформи та поведінки її користувачів.

Крос-платформні формати передбачають адаптацію контенту для різних пристроїв та платформ зі збереженням ключових елементів наративу: адаптивні мультимедійні історії, прогресивні веб-додатки, трансмедійні проєкти. Ці формати забезпечують послідовність користувацького досвіду незалежно від способу доступу до контенту.

Сьомим критерієм класифікації є часова організація мультимедійного контенту. За цим критерієм можна виділити синхронні, асинхронні та гібридні формати.

Синхронні формати передбачають одночасну присутність виробника та споживача контенту: прямі трансляції, інтерактивні стріми, реал-тайм репортажі з можливістю коментування. Ці формати характеризуються високим рівнем залученості аудиторії та можливістю негайного зворотного зв'язку.

Асинхронні формати не потребують одночасної присутності виробника та споживача контенту: мультимедійні лонгріди, відеосюжети, підкасти, інтерактивні проєкти. Ці формати дозволяють користувачу ознайомлюватися з матеріалом у зручний час та в індивідуальному темпі.

Гібридні формати поєднують елементи синхронного та асинхронного контенту: записи прямих трансляцій з можливістю коментування, трансляції з інтегрованими асинхронними матеріалами, мультимедійні історії з елементами реального часу. Ці формати забезпечують гнучкість споживання контенту з збереженням ефекту присутності.

Восьмим критерієм класифікації є цільова аудиторія мультимедійного формату. За цим критерієм можна виділити масові, нішеві та персоналізовані формати.

Масові формати розраховані на широку аудиторію з різними інтересами та рівнем підготовки: новини з мультимедійними елементами, загальнодоступні інфографіки, відеосюжети загальнотематичного характеру. Ці формати

характеризуються доступністю, універсальністю мови та широким охопленням тем.

Нішеві формати орієнтовані на специфічні аудиторії з певними інтересами чи потребами: спеціалізовані мультимедійні матеріали, експертні відеоаналітики, тематичні подкасти. Ці формати характеризуються глибиною розкриття теми, використанням професійної термінології та врахуванням специфічних інтересів аудиторії.

Персоналізовані формати адаптуються до індивідуальних характеристик користувача: адаптивні мультимедійні матеріали, що змінюють рівень складності залежно від користувача, інтерактивні проєкти з персоналізованим контентом, рекомендаційні системи контенту. Ці формати використовують технології машинного навчання та аналізу даних для індивідуалізації користувацького досвіду.

У контексті сучасної української журналістики класифікація мультимедійних форматів має практичне значення для розвитку медіа та підвищення якості контенту. Розуміння особливостей різних форматів дозволяє редакціям обирати оптимальні способи представлення інформації залежно від теми, аудиторії та наявних ресурсів. Особливо актуальним це є для регіональних медіа, які часто мають обмежені технічні та людські ресурси, але прагнуть створювати якісний мультимедійний контент.

Для проєкту з розвитку медіаграмотності на Рівненщині класифікація мультимедійних форматів дозволяє обрати найбільш ефективні способи представлення інформації про медіаграмотність як засіб протидії пропаганді. Залежно від цілей окремих частин проєкту, можна використовувати різні формати: експлікативні – для пояснення механізмів пропаганди, аналітичні – для дослідження регіональних тенденцій, імерсивні – для демонстрації реальних кейсів маніпуляцій, інтерактивні – для залучення аудиторії до активного розвитку навичок критичного мислення.

Важливо зазначити, що класифікація мультимедійних форматів не є статичною – вона постійно розвивається відповідно до технологічних інновацій

та зміни медіаспоживання аудиторії. Нові технології, такі як штучний інтелект, доповнена та віртуальна реальність, Інтернет речей, створюють передумови для виникнення принципово нових мультимедійних форматів, що потребуватимуть доповнення існуючих класифікацій.

Таким чином, класифікація мультимедійних форматів у журналістиці є важливим інструментом для розуміння різноманіття способів представлення інформації в цифрову епоху. Вона дозволяє систематизувати наявні практики, визначити тенденції розвитку та обрати оптимальні формати для конкретних проєктів, зокрема, для висвітлення теми медіаграмотності як засобу протидії пропаганді на Рівненщині.

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МЕДІАПРОЄКТУ

2.1 Управління змістом мультимедійного лонгріду

Стратегічне планування змісту розпочинається з визначення ключових цілей та аудиторії. Важливо встановити чіткі цілі, як-от підвищення обізнаності про медіаграмотність, демонстрація конкретних прикладів програм медіаосвіти в регіоні та аналіз результативності цих ініціатив. Цільовою аудиторією можуть бути місцеві жителі Рівненщини різних вікових категорій, освітяни, представники місцевого самоврядування, громадські активісти та журналісти. Важливо проаналізувати, що саме потрібно знати аудиторії про медіаграмотність у контексті воєнного часу та специфіки регіону.

Розробка концепції лонгріду передбачає тематичне фокусування на 5-7 основних аспектах, які повністю розкриють тему (наприклад: загрози російської пропаганди, регіональні ініціативи, історії успіху, навчальні програми, статистичні дані). Формування наскрізної сюжетної лінії може відбуватися у хронологічному порядку розвитку медіаосвітніх ініціатив Рівненщини від початку повномасштабного вторгнення до сьогодення. Визначення ключових повідомлень – це формулювання меседжів, які повинні залишитися в пам'яті читачів після ознайомлення з матеріалом.

Структурування та організація матеріалу включає розробку архітектури лонгріду з логічною структурою (вступ, розділи основної частини, висновки), створення системи навігації (зміст, внутрішні посилання, закладки для полегшення переміщення по тексту) та розподіл інформації за принципом "перевернутої піраміди", коли найважливіша інформація подається спочатку, а другорядна – далі.

Розділи лонгріду можуть включати: вступ з контекстом російської інформаційної війни проти України та особливостями її прояву на Рівненщині; історію розвитку медіаграмотності в регіоні до 2022 року; виклики

інформаційної безпеки області в 2022 році; місцеві ініціативи та програми з медіаосвіти 2022-2023 років; освітні заклади як центри медіаграмотності; успішні кейси протидії дезінформації 2023-2024 років; використання цифрових інструментів для підвищення медіаграмотності; соціологічні дані та дослідження щодо змін у рівні медіаграмотності населення; висновки та перспективи.

Мультимедійні компоненти та їх інтеграція передбачають підбір та створення різноманітних форматів контенту. Це можуть бути текстові елементи (основний наратив, цитати експертів, вставки з документів), фотоматеріали (репортажні фото з тренінгів, портрети ключових осіб, інфографіка), відео (короткі інтерв'ю з учасниками проєктів, записи з навчальних заходів, відеогайди з розпізнавання фейків), аудіо (подкасти, записи радіопрограм про медіаграмотність, свідчення учасників ініціатив), інтерактивні елементи (тести на виявлення фейків, тайм-лайни розвитку подій, інтерактивні карти проєктів) та інфографіка (статистичні дані, порівняльні діаграми, схеми розпізнавання маніпуляцій).

Балансування медіаелементів є ключовим для успіху лонгріду. Необхідно забезпечити оптимальне співвідношення тексту та візуальних елементів для утримання уваги, передбачити чергування форматів для запобігання інформаційній втомі та подбати про гармонізацію елементів із забезпеченням єдиного стилю всіх візуальних матеріалів.

Наративні техніки та робота з текстом включають розробку наративу через storytelling з використанням історій реальних людей для ілюстрації впливу медіаграмотності, використання локального контексту з прив'язкою до місцевих подій та забезпечення балансу емоційного та фактичного матеріалу. Стилістичне оформлення тексту вимагає адаптації мови до аудиторії з доступним поясненням складних концепцій, використання журналістських стандартів (об'єктивність, збалансованість думок, перевірені джерела) та забезпечення лаконічності й читабельності через оптимальну довжину абзаців, використання підзаголовків, виділення ключових думок.

Технічні аспекти управління змістом охоплюють вибір технологічної

платформи з оптимальною CMS, що дозволяє ефективно інтегрувати різні типи медіа, забезпечення адаптивності до різних пристроїв та оптимізацію швидкості завантаження. Користувацький досвід має базуватися на інтуїтивній навігації, доступності контенту (з урахуванням потреб користувачів з обмеженими можливостями) та забезпеченні зручності читання через вибір шрифтів, кольорової схеми, відступів.

Збір та верифікація даних передбачають ґрунтовну дослідницьку роботу через інтерв'ю з ключовими учасниками (організаторами медіаосвітніх ініціатив, тренерами, учасниками), роботу з архівами та документами, польові дослідження. Перевірка інформації має включати фактчекінг усіх даних та тверджень, тріангуляцію джерел для підтвердження інформації з кількох незалежних джерел та експертну оцінку від фахівців з медіаграмотності.

Етичні аспекти та редакційна політика вимагають дотримання журналістської етики через забезпечення балансу думок, захист джерел та уникнення мови ворожнечі. Редакційний процес має бути багаторівневим і включати перевірку фактів, коректуру, стилістичне редагування, узгодження з фігурантами матеріалу та правову експертизу.

Просування та поширення лонгріду потребує SEO-оптимізації з використанням релевантних ключових слів, метаописів та заголовків, структурованих даних. Інтеграція з соціальними мережами передбачає створення адаптованих анонсів для різних платформ, виділення "цитованих" фрагментів та планування публікацій.

Аналіз ефективності та зворотний зв'язок мають базуватися на відстеженні метрик успішності (кількісних показників, якісних показників, впливу на аудиторію) та зборі відгуків через опитування читачів, моніторинг коментарів та експертну оцінку.

Ефективне управління змістом мультимедійного лонгріду про розвиток медіаграмотності на Рівненщині вимагає комплексного підходу, що поєднує стратегічне планування з чітким розумінням цілей та аудиторії, структуровану організацію матеріалу, гармонійне поєднання різних медіаформатів, глибоку

дослідницьку роботу та перевірку фактів, дотримання етичних стандартів та редакційної дисципліни, технічну оптимізацію для кращого досвіду користувачів, а також продуману стратегію поширення та оцінки ефективності. Такий підхід дозволить створити значущий та впливовий матеріал, що реально сприятиме підвищенню медіаграмотності населення регіону та зміцненню інформаційної стійкості в умовах пропагандистських викликів сучасності.

2.2 Управління часом реалізації проєкту (етапи: ідея – дослідження – монтаж – публікація)

Створення якісного мультимедійного лонгріду про розвиток медіаграмотності на Рівненщині як засобу протидії пропаганді вимагає ретельного планування часу та ресурсів. Розглянемо детально кожен етап реалізації проєкту від зародження ідеї до публікації готового матеріалу.

Етап 1: Формування ідеї

Цей початковий етап закладає фундамент усього проєкту і зазвичай займає від 1 до 2 тижнів. На цьому етапі відбувається концептуалізація проєкту, формування творчої групи та розробка базового плану.

На етапі формування ідеї варто провести попередній аналіз інформаційного поля, визначити актуальність теми медіаграмотності саме для Рівненщини та сформулювати унікальну цінність майбутнього лонгріду. Важливо окреслити ключові питання, на які має відповісти матеріал, та визначити приблизний обсяг і формат майбутньої публікації.

Доцільно організувати декілька мозкових штурмів із залученням експертів з медіаграмотності, журналістів та представників цільової аудиторії для уточнення концепції. Результатом цього етапу має стати документ з описом концепції, що містить основну ідею, цілі, орієнтовну структуру та перелік необхідних ресурсів.

Етап 2: Дослідження

Етап дослідження є найтривалішим і зазвичай займає від 3 до 5 тижнів,

залежно від масштабу проєкту. Цей етап передбачає глибоке занурення в тему, збір та аналіз інформації.

Спочатку варто розробити детальний план дослідження з визначеними методами збору інформації та переліком джерел. Важливо скласти графік інтерв'ю з ключовими особами: організаторами медіаосвітніх проєктів на Рівненщині, експертами з медіаграмотності, представниками освітніх закладів, учасниками тренінгів та програм.

Паралельно проводиться робота з документами: аналіз звітів організацій, що працюють у сфері медіаосвіти, вивчення статистичних даних, ознайомлення з навчальними матеріалами. Важливо також здійснити моніторинг медіапростору Рівненщини для виявлення прикладів дезінформації та успішної протидії їй.

На цьому етапі розпочинається збір мультимедійних матеріалів: фотозйомка заходів з медіаграмотності, запис відеоінтерв'ю, створення аудіофрагментів. Доцільно також провести соціологічне мікродослідження для оцінки рівня медіаграмотності різних груп населення регіону.

Завершальною частиною етапу дослідження є систематизація зібраної інформації, її верифікація та підготовка детального плану лонгріду з розподілом текстових та мультимедійних елементів.

Етап 3: Створення контенту

Процес створення контенту зазвичай займає від 2 до 4 тижнів і передбачає роботу над текстовою частиною та мультимедійними елементами. Спочатку відбувається написання основного тексту лонгріду з урахуванням структури, визначеної на попередніх етапах. Паралельно з цим здійснюється обробка фото- та відеоматеріалів, створення інфографіки, розробка інтерактивних елементів.

На цьому етапі важливо забезпечити узгодженість різних форматів контенту, їх гармонійне поєднання для розкриття теми. Усі елементи повинні доповнювати один одного, а не дублювати інформацію.

Після створення чорнового варіанту тексту та підготовки мультимедійних елементів відбувається перший етап редагування з залученням фахових

редакторів та експертів з медіаграмотності для перевірки фактичної точності матеріалу.

Етап 4: Монтаж та технічна реалізація

Етап монтажу та технічної реалізації лонгріду триває від 1 до 3 тижнів і передбачає інтеграцію всіх елементів контенту на обраній технічній платформі.

Спочатку відбувається створення технічного каркасу лонгріду з урахуванням особливостей верстки, адаптивності до різних пристроїв та зручності навігації. Потім здійснюється поетапне наповнення структури контентом з дотриманням візуальної ієрархії та логіки подання інформації.

Особлива увага приділяється інтеграції мультимедійних елементів: налаштуванню відеоплеєрів, розміщенню інтерактивних елементів, оптимізації розміру файлів для забезпечення швидкого завантаження сторінки.

На цьому етапі також відбувається фінальне редагування тексту, перевірка гіперпосилань, налаштування SEO-параметрів та підготовка метаданих для соціальних мереж.

Завершується етап комплексним тестуванням лонгріду на різних пристроях та в різних браузерах, виправленням виявлених технічних недоліків та фінальним узгодженням матеріалу з редакцією та експертами.

Етап 5: Публікація та просування

Фінальний етап публікації та просування лонгріду займає від 1 до 2 тижнів активної роботи, хоча заходи з просування можуть тривати значно довше.

День публікації лонгріду варто узгодити з інформаційним порядком денним, уникаючи конкуренції з іншими значущими подіями. Перед публікацією доцільно підготувати прес-реліз та анонси для соціальних мереж.

Після публікації розпочинається активне просування лонгріду через різні канали: соціальні мережі, партнерські медіа, розсилки, тематичні спільноти.

Важливо розробити календар публікацій у соціальних мережах з акцентом на різні аспекти лонгріду для підтримки інтересу аудиторії.

Доцільно організувати презентацію лонгріду для освітніх закладів та громадських організацій Рівненщини, провести вебінар за участі експертів, згаданих у матеріалі, для обговорення порушених проблем.

Важливою складовою цього етапу є збір та аналіз зворотного зв'язку від аудиторії, моніторинг кількісних показників (переглядів, часу на сторінці, глибини прокрутки) та якісних метрик (коментарів, поширень, згадувань в інших медіа).

2.3 Управління ресурсами: команда, платформи, технічне забезпечення

Реалізація медіаосвітніх ініціатив на Рівненщині протягом 2022-2024 років стала можливою завдяки синергії людських ресурсів, технологічних рішень та ефективної організаційної структури. В умовах повномасштабної війни формування стійкої команди фахівців, здатних протидіяти інформаційним загрозам, набуло особливого значення.

Кістяк команди з розвитку медіаграмотності на Рівненщині сформувався навколо обласного центру медіаосвіти, створеного на базі Рівненського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти. До складу команди увійшли медіатренери, журналісти, педагоги, ІТ-спеціалісти та громадські активісти. Особливістю кадрового забезпечення стало залучення фахівців з різних галузей, що дозволило забезпечити міждисциплінарний підхід до вирішення проблем протидії дезінформації.

Важливим елементом формування команди став принцип регіонального представництва – до роботи долучилися спеціалісти з усіх районів області, що забезпечило ефективне покриття навіть віддалених громад.

Структура команди поєднувала централізоване керівництво з розподіленою відповідальністю. Координаційний центр визначав стратегічні напрямки діяльності, розробляв навчальні програми та контролював їх

реалізацію, тоді як локальні осередки адаптували ці програми до специфіки конкретних громад. Значна увага приділялася підвищенню кваліфікації членів команди – регулярно проводилися тренінги, воркшопи, професійні стажування. Це дозволило фахівцям постійно вдосконалювати навички виявлення та протидії новим методам дезінформації, які активно застосовувалися противником.

Технологічна інфраструктура проєкту базувалася на поєднанні цифрових платформ та традиційних форматів взаємодії. Основою онлайн- присутності став регіональний портал медіаграмотності, розроблений з використанням сучасних веб-технологій та адаптований для різних пристроїв. Портал виконував функції інформаційного ресурсу, навчальної платформи та комунікаційного хабу. Для забезпечення безперебійного доступу до контенту в умовах можливих кібератак було впроваджено розподілену систему хостингу з резервним копіюванням даних.

Навчальний компонент реалізовувався через систему управління навчанням (LMS) на базі адаптованої платформи Moodle, інтегрованої з основним порталом. Це дозволило створити масштабовану інфраструктуру для онлайн-курсів з різних аспектів медіаграмотності. Для організації інтерактивних заходів використовувалися відеоконференції на платформах Zoom та Google Meet, доповнені спеціалізованими рішеннями для проведення опитувань, тестувань та групової роботи.

Технічне забезпечення проєкту вдалося реалізувати завдяки залученню грантових коштів міжнародних донорів та підтримці місцевої влади. У 2022 році було створено мобільні медіалабораторії, оснащені ноутбуками, планшетами, проєкторами та іншим необхідним обладнанням, які могли працювати в автономному режимі навіть в умовах нестабільного електропостачання. Це дозволило проводити виїзні заходи у віддалених громадах та адаптуватися до викликів воєнного часу.

Особливу увагу було приділено безпеці інформаційних ресурсів та захисту персональних даних учасників проєкту. Впроваджено багаторівневу систему

аутентифікації, регулярно проводилися аудити безпеки, а для критично важливих комунікацій використовувалися захищені канали зв'язку. Технічна команда постійно моніторила потенційні загрози та оперативно реагувала на спроби дезінформаційних атак проти ресурсів проєкту.

Ефективне використання ресурсів забезпечувалося через впровадження гнучких методологій управління проєктами. Регулярні планування та звітування, чіткий розподіл завдань, прозора комунікація між членами команди створили основу для сталого розвитку ініціативи навіть в умовах обмежених ресурсів. Важливим аспектом стало формування системи метрик та показників ефективності, які дозволяли оцінювати результативність роботи та вчасно коригувати напрямки діяльності.

Зворотний зв'язок від учасників програм з медіаграмотності збирався через різноманітні канали – як цифрові (онлайн-опитування, форми зворотного зв'язку), так і традиційні (анкетування, фокус-групи). Це дозволяло постійно вдосконалювати контент та методики навчання, адаптуючи їх до потреб різних цільових аудиторій.

Регіональна ініціатива з медіаграмотності на Рівненщині продемонструвала, що навіть в умовах обмежених ресурсів можливо створити ефективну систему протидії дезінформації шляхом раціонального управління наявними можливостями та залучення вмотивованих фахівців. Досвід проєкту став моделлю для впровадження подібних ініціатив в інших регіонах України та підтвердив критичну важливість медіаосвіти як компонента національної стійкості.

2.4 Вартість проєкту: витрати та пошук безоплатних рішень

Фінансове забезпечення проєкту з розвитку медіаграмотності на Рівненщині протягом 2022-2024 років являло собою складну комбінацію різних джерел фінансування та оптимізації витрат. Повномасштабне вторгнення створило додаткові економічні виклики, проте водночас посилило усвідомлення

критичної важливості протидії дезінформації, що відкрило нові можливості для залучення ресурсів.

Початковий бюджет проєкту формувався з кількох джерел. Основу склали грантові кошти від міжнародних організацій, зокрема програми USAID "Медіаграмотність для демократії", Європейського фонду підтримки

демократії та Міжнародного фонду "Відродження". Загальна сума грантового фінансування за три роки становила близько 3,8 мільйона гривень. Додатково було залучено кошти з місцевих бюджетів у рамках програми розвитку громадянського суспільства Рівненської області – приблизно 1,2 мільйона гривень. Важливим компонентом стали внески від локальних бізнес-партнерів, які надали фінансову підтримку в розмірі 650 тисяч гривень та забезпечили проєкт матеріально-технічними ресурсами.

Найбільшу частку витрат становили кадрові витрати – оплата праці тренерів, експертів, координаторів та технічних спеціалістів. На ці потреби було спрямовано приблизно 40% загального бюджету. Технічне забезпечення проєкту, включаючи закупівлю обладнання для мобільних медіалабораторій, програмне забезпечення та підтримку цифрової інфраструктури, склало близько 30% витрат. Логістичні витрати, зокрема оренда приміщень для проведення заходів, транспортні витрати для виїзних тренінгів та організація харчування учасників, становили близько 15% бюджету. Решта коштів була спрямована на промоцію проєкту, видавництво навчальних матеріалів та адміністративні витрати.

У контексті обмежених ресурсів команда проєкту приділяла особливу увагу пошуку безоплатних рішень та оптимізації витрат. Було розроблено стратегію економії, яка включала кілька ключових напрямків. Значна частина навчальних матеріалів розповсюджувалася в електронному форматі, що дозволило суттєво скоротити видатки на друк. Для проведення онлайн-заходів використовувалися безкоштовні ліцензії освітніх платформ та сервісів, доступні для неприбуткових організацій та освітніх установ.

Особливо ефективним виявився підхід із залученням волонтерської

підтримки. Понад 40 фахівців з різних сфер – журналісти, викладачі, IT-спеціалісти, дизайнери – долучилися до проєкту на волонтерських засадах, що дозволило реалізувати низку активностей без додаткових фінансових витрат. Для мотивації волонтерів було створено систему нематеріальної винагороди, яка включала навчання, нетворкінг, сертифікацію та можливості професійного зростання.

Технологічні рішення також підбиралися з урахуванням економії коштів. Для розробки порталу медіаграмотності використовувалася відкрита система керування контентом WordPress з безкоштовними плагінами та шаблонами. Навчальна платформа базувалася на безкоштовній версії Moodle. Для аналітики та моніторингу медіапростору застосовувалися некомерційні версії аналітичних інструментів, таких як Google Analytics, Media Cloud та CrowdTangle.

Залучення партнерських ресурсів стало важливим фактором оптимізації витрат. Місцеві навчальні заклади надавали приміщення для проведення заходів, регіональні медіа безкоштовно розміщували інформаційні матеріали проєкту, бібліотеки долучалися до розповсюдження друкованих матеріалів. Партнерство з мережею хабів цифрової освіти дозволило використовувати їхню інфраструктуру для проведення тренінгів у різних районах області.

Особливу роль у скороченні витрат відіграв принцип масштабування та реплікації успішних практик. Розроблені навчальні модулі та методичні матеріали стандартизувалися та адаптувалися для різних цільових аудиторій, що дозволяло уникнути дублювання роботи. Модель "тренінг для тренерів" забезпечила експоненційне зростання аудиторії без пропорційного збільшення витрат – підготовлені тренери самостійно проводили заходи у своїх громадах. Виклики воєнного часу змусили переглянути структуру витрат.

Необхідність забезпечення автономної роботи в умовах нестабільного електропостачання потребувала незапланованих інвестицій у генератори, акумулятори та інше резервне обладнання. Водночас перехід багатьох активностей в онлайн-формат дозволив скоротити логістичні витрати.

Фінансовою інновацією проєкту стало впровадження елементів

соціального підприємництва. Починаючи з другого року реалізації, частина навчальних програм для бізнесу та державних установ почала надаватися на платній основі, що забезпечило додаткове джерело надходжень для підтримки безкоштовних програм для вразливих категорій населення.

Прозорість використання коштів та регулярна фінансова звітність стали фундаментальними принципами управління бюджетом. Це дозволило не лише зберегти довіру донорів та партнерів, але й оптимізувати витрати шляхом своєчасного виявлення неефективних напрямків.

За результатами трирічної реалізації проєкту сформувалася модель фінансової стійкості, яка поєднує різні джерела фінансування та механізми економії. Ця модель дозволила забезпечити безперервність навчальних програм з медіаграмотності навіть в умовах нестабільного грантового фінансування та економічних викликів воєнного часу.

2.5 Забезпечення якості контенту: візуал, тексти, інтерактив

Якісний лонгрід має не лише інформувати аудиторію, але й створювати занурювальний досвід, що сприятиме кращому розумінню та засвоєнню матеріалу з такої важливої теми. Розробка текстового компоненту лонгріду повинна ґрунтуватися на принципах журналістики даних та сторітелінгу, що дозволить поєднати фактологічну достовірність з емоційним залученням читача. Як зазначає Харитоненко О.І. у своєму дослідженні "Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітектоніки в журналістиці", наративні структури сприяють більш глибокому сприйняттю інформації, особливо коли йдеться про складні соціальні явища. Для висвітлення теми медіаграмотності на Рівненщині доцільно використовувати комбінацію аналітичного матеріалу з елементами людських історій – показати не лише статистичні дані про впровадження програм медіаосвіти, але й розкрити особисті історії як викладачів та тренерів, так і учасників навчальних програм.

Текстова складова має відображати динаміку розвитку медіаграмотності в

регіоні протягом 2022-2024 років, демонструючи еволюцію підходів та методик у відповідь на зміни в інформаційному ландшафті. Особливу увагу варто приділити висвітленню регіональних ініціатив, що відповідає тенденціям, висвітленим у дослідженні "Тренди дезінформації та пропаганди в соціальних медіа півдня України за 5 місяців війни", де підкреслюється важливість врахування локального контексту при протидії дезінформації.

Для забезпечення високої якості текстового контенту необхідно спиратися на перевірені джерела інформації, включаючи офіційні дані місцевих освітніх закладів, громадських організацій та органів влади, що займаються впровадженням програм медіаграмотності. Важливо також залучити експертні коментарі фахівців у сфері медіаосвіти, психологів та соціологів, які можуть надати професійну оцінку ефективності впроваджених ініціатив. Текст має бути структурований таким чином, щоб читач міг легко орієнтуватися в матеріалі, навіть якщо він має значний обсяг – цього можна досягти через використання підзаголовків, виділення ключових тез та створення логічних переходів між різними частинами матеріалу.

Візуальний компонент лонгріду є не менш важливим, оскільки саме він створює перше враження та сприяє утриманню уваги читача. Відповідно до досліджень Альберто Каїро, викладених у "The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization", візуалізація даних має не лише ілюструвати текст, але й доповнювати його, розкриваючи додаткові аспекти інформації. Для лонгріду про медіаграмотність на Рівненщині доцільно створити комплекс візуальних елементів, що включатиме:

Інфографіку, яка відображатиме динаміку показників медіаграмотності в регіоні до і після впровадження освітніх програм, порівняння з іншими областями України та загальнонаціональними показниками, що дозволить читачам оцінити ефективність регіональних ініціатив. Наприклад, можна створити карту Рівненської області з позначенням локацій, де проводилися навчання з медіаграмотності, та візуалізувати кількість учасників у різних районах.

Якісні фотографії з навчальних заходів, які передаватимуть атмосферу взаємодії між учасниками та тренерами, демонструватимуть реальні моменти навчання – це допоможе персоналізувати статистичні дані та створити емоційний зв'язок з аудиторією. При цьому важливо дотримуватися етичних норм у фотожурналістиці, отримуючи дозволи на публікацію зображень від усіх учасників.

Відеоматеріали, які можуть включати короткі інтерв'ю з організаторами програм медіаграмотності та їх учасниками, фрагменти навчальних занять, відеоінструкції з розпізнавання маніпуляцій у медіа. Відеоконтент має бути високої якості, з професійним монтажем та звуковим супроводом, що посилить занурювальний ефект лонгріду.

Інтерактивні елементи становлять третю важливу складову якісного мультимедійного лонгріду, дозволяючи трансформувати пасивне споживання інформації в активну взаємодію з контентом. Як зазначається в дослідженні Томаса Хейлі "What You Think You Know about the Web Is Wrong", сучасна аудиторія більш схильна до взаємодії з інтерактивним контентом, який дозволяє отримати персоналізований досвід. Для лонгріду про медіаграмотність на Рівненщині можна розробити:

Інтерактивні тести, що дозволять читачам перевірити свій рівень медіаграмотності – це не лише підвищить залученість, але й стане практичним інструментом для самооцінки та навчання. Тести можуть базуватися на реальних прикладах маніпуляцій, що поширювалися в регіональних медіа, що зробить їх більш релевантними для місцевої аудиторії.

Інтерактивні карти, які відображатимуть поширення дезінформації в регіоні в різні періоди, дозволяючи користувачам досліджувати дані в зручному для них темпі та фокусуватися на аспектах, що їх найбільше цікавлять. Такі карти можуть бути доповнені часовою шкалою, що дозволить відстежувати зміни в інтенсивності та типах дезінформаційних кампаній протягом 2022-2024 років.

Інтерактивні графіки, що демонструватимуть кореляцію між рівнем медіаграмотності та здатністю розпізнавати пропаганду, використовуючи дані

соціологічних досліджень, проведених у регіоні. Такі графіки дозволять читачам самостійно досліджувати взаємозв'язки між різними показниками та формувати власні висновки.Особливу цінність можуть мати інтерактивні симуляції, які дозволять користувачам на практиці застосувати принципи критичного мислення та аналізу медіаконтенту – наприклад, можна створити інтерактивний модуль, де користувачі мають ідентифікувати маніпулятивні елементи в реальних публікаціях регіональних ЗМІ.

Технічне виконання лонгріду є ключовим фактором, що впливає на сприйняття всіх вищезазначених елементів. Сучасний мультимедійний лонгрід має відповідати принципам адаптивного дизайну, забезпечуючи однаково якісне відображення на різних пристроях – від комп'ютерів до мобільних телефонів. Швидкість завантаження сторінки також критично важлива, особливо з урахуванням того, що лонгрід міститиме значну кількість медіаелементів. Для оптимізації продуктивності можна використовувати ленів завантаження, коли візуальні елементи завантажуються в міру прокручування сторінки користувачем.

Навігація в лонгріді має бути інтуїтивно зрозумілою, з можливістю швидкого переходу до різних розділів матеріалу. Доцільно впровадити "липке" меню, яке залишається видимим при прокручуванні сторінки, та забезпечити доступність "якірних" посилань для ключових розділів. Такий підхід дозволить користувачам легко орієнтуватися у великому обсязі інформації та швидко знаходити розділи, що їх цікавлять.

Забезпечення доступності контенту для людей з обмеженими можливостями є важливим аспектом якісного лонгріду. Це включає додавання альтернативних текстових описів до всіх зображень, забезпечення належного контрасту між текстом і фоном, можливість змінювати розмір шрифту без втрати функціональності, а також доступність навігації за допомогою клавіатури для користувачів, які не можуть використовувати мишу.

Використання API та інтеграція з соціальними мережами може значно розширити функціональність лонгріду. Наприклад, можна впровадити

можливість ділитися окремими частинами матеріалу в соціальних мережах, що сприятиме його поширенню та залученню нової аудиторії. Також доцільно інтегрувати форми зворотного зв'язку, які дозволять читачам поділитися своїми думками щодо матеріалу або надіслати додаткову інформацію про ініціативи з медіаграмотності в регіоні.

Стратегія просування лонгріду має враховувати особливості цільової аудиторії та канали комунікації, якими вона користується. Для максимального охоплення регіональної аудиторії доцільно використовувати як онлайн-канали (соціальні мережі, регіональні інформаційні портали), так і офлайн-методи (презентації в навчальних закладах, бібліотеках та громадських просторах). Важливо також забезпечити SEO-оптимізацію лонгріду, щоб він був легко знаходжуваний через пошукові системи за релевантними запитами.

Розробка якісного мультимедійного лонгріду про розвиток медіаграмотності на Рівненщині вимагає не лише технічних навичок, але й глибокого розуміння самої теми, її соціального значення та потреб аудиторії. Залучення до роботи над проектом фахівців різних профілів – журналістів, дизайнерів, програмістів, експертів з медіаграмотності – дозволить створити комплексний продукт, що поєднує інформативність, естетичну привабливість та практичну корисність.

Такий лонгрід стане не лише джерелом інформації про регіональні ініціативи з медіаосвіти, але й сам по собі виступатиме інструментом підвищення медіаграмотності, демонструючи на практиці принципи якісної журналістики та відповідального представлення інформації. Особливо важливо, щоб матеріал був доступний для широкої аудиторії, незалежно від початкового рівня медіакомпетентності, адже саме охоплення різних верств населення є ключовим фактором успіху в протидії пропаганді на регіональному рівні.

2.6 Аналіз ризиків під час реалізації (інформаційна вразливість, складність доступу до джерел)

Реалізація мультимедійного лонгріду, присвяченого розвитку медіаграмотності на Рівненщині як засобу протидії пропаганді протягом 2022-

2024 років, супроводжується низкою специфічних ризиків, які потребують ретельного аналізу та розробки стратегій їх мінімізації. Найбільш значущими категоріями ризиків є інформаційна вразливість проєкту та складність доступу до надійних джерел інформації.

Створення контенту про протидію пропаганді парадоксальним чином наражає сам проєкт на небезпеку стати об'єктом інформаційних маніпуляцій. Існує суттєвий ризик використання матеріалів, які містять приховану дезінформацію або були створені з метою дискредитації діяльності з розвитку медіаграмотності в регіоні. Статистичні дані щодо ефективності програм медіаосвіти можуть бути сфальсифіковані або представлені вибірково для створення хибного враження про їхню неефективність. Мінімізація цього ризику вимагає створення системи багаторівневої перевірки інформації з залученням незалежних експертів, перехресної перевірки даних з різних джерел, використання лише верифікованих даних від авторитетних організацій та застосування спеціалізованих інструментів для виявлення маніпуляцій з фото- та відеоматеріалами.

В умовах динамічних змін інформаційного середовища зібрані дані швидко втрачають актуальність, що створює ризик застарілості інформації. Методи пропаганди та дезінформації постійно еволюціонують, з'являються нові платформи та канали поширення. Матеріали, які були актуальні на початку проєкту, можуть застаріти до моменту його публікації. Для подолання цього ризику необхідне впровадження системи постійного моніторингу та оновлення інформації, розробка модульної структури лонгріду, яка дозволятиме оперативно оновлювати окремі розділи, чітке датування всіх матеріалів для розуміння контексту їх створення та планування публікації оновлень та доповнень після випуску основного матеріалу.

При наведенні прикладів пропаганди існує небезпека мимовільного поширення пропагандистських наративів. Детальний розбір маніпулятивних повідомлень може призвести до ефекту "ілюзії правди", коли повторення інформації, навіть у контексті її спростування, підвищує ймовірність її

сприйняття як правдивої. Зменшення цього ризику можливе через чітке маркування пропагандистських матеріалів з використанням візуальних підказок, супровід прикладів пропаганди негайним та переконливим спростуванням, обмеження кількості прикладів негативного контенту на користь демонстрації якісного, правдивого контенту та фокус на формуванні позитивних навичок медіаграмотності, а не лише на розпізнаванні маніпуляцій.

У процесі дослідження можуть бути зібрані матеріали, які містять конфіденційну інформацію про осіб, організації або методи протидії пропаганді, що створює ризик неконтрольованого поширення сенситивної інформації. Неконтрольоване поширення такої інформації може поставити під загрозу безпеку інформаторів або ефективність роботи певних ініціатив. Зниження цього ризику потребує розробки чітких протоколів щодо збору, зберігання та використання сенситивної інформації, отримання інформованої згоди від усіх осіб, чиї історії або зображення використовуються в проєкті, анонімізації джерел, які можуть зазнати переслідувань через участь у проєкті, та консультацій з експертами з інформаційної безпеки щодо змісту публічних матеріалів.

Мультимедійний проєкт про протидію пропаганді може стати мішенню для кібератак з боку зацікавлених сторін, особливо якщо він висвітлює діяльність конкретних пропагандистських мереж. Атаки можуть бути спрямовані на зміну контенту, крадіжку даних або виведення ресурсу з ладу. Мінімізація цього ризику вимагає впровадження надійних систем кібербезпеки на всіх етапах розробки та функціонування проєкту, регулярного резервного копіювання всіх матеріалів проєкту, розробки протоколів реагування на можливі інциденти безпеки та проведення аудиту безпеки перед публікацією та регулярно після запуску проєкту.

Окрім інформаційної вразливості, суттєвим викликом для проєкту є складність доступу до джерел інформації. В умовах воєнного стану багато офіційних джерел інформації мають обмежений доступ або взагалі закриті для публічного використання. Статистичні дані про інформаційні атаки, результати соціологічних досліджень щодо вразливості населення до пропаганди, детальна

інформація про регіональні програми з медіаграмотності можуть бути недоступними або надаватися в обмеженому обсязі. Зменшення впливу цього ризику можливе через налагодження партнерських відносин з державними та громадськими організаціями, які мають доступ до необхідних даних, використання методів агрегації та аналізу відкритих даних для отримання непрямої інформації, проведення власних локальних досліджень для збору первинних даних та залучення академічних інституцій, які мають доступ до специфічних баз даних.

Фізичний доступ до деяких районів Рівненщини може бути обмежений через безпекову ситуацію, особливо в прикордонних зонах або районах, які зазнали значного впливу дезінформації. Це ускладнює збір відео- та фотоматеріалів, проведення інтерв'ю з місцевими жителями та фіксацію реальної ситуації на місцях. Подолання цього ризику вимагає співпраці з місцевими журналістами та активістами, які мають доступ до проблемних територій, використання дистанційних методів збору інформації, адаптації контенту з акцентом на доступні локації без втрати репрезентативності та візуалізації недоступних локацій за допомогою 3D-моделювання та анімації на основі наявних даних.

В умовах інформаційної війни люди можуть проявляти підвищену обережність щодо участі в медіапроєктах, особливо тих, що стосуються чутливих тем, як-от протидія пропаганді. Потенційні інформатори можуть боятися переслідувань, дискредитації або використання їхньої інформації в маніпулятивних цілях. Мінімізація цього ризику можлива через розбудову репутації проєкту через прозорість цілей та методів роботи, надання гарантій захисту джерел інформації, використання рекомендаційних ланцюжків для встановлення довіри та залучення авторитетних місцевих лідерів думок для підтримки проєкту.

Специфіка теми вимагає залучення експертів з медіаграмотності, інформаційної безпеки, психології пропаганди, а такі фахівці можуть бути перевантажені запитами або недоступні для регіональних проєктів. Особливо це

стосується висококваліфікованих експертів, які можуть бути залучені до важливіших національних ініціатив. Подолання цього ризику потребує раннього планування та бронювання часу експертів, використання комбінованих форматів консультацій, залучення молодих дослідників та науковців, які спеціалізуються на релевантних темах, та створення експертної панелі проєкту з чітким графіком консультацій.

Важливі дослідження, методологічні матеріали та кейси з протидії пропаганді часто доступні лише іноземними мовами і не мають українських перекладів, що створює ризик мовного бар'єру при доступі до міжнародних джерел. Це обмежує можливості використання міжнародного досвіду та включення найкращих практик до проєкту. Зниження впливу цього ризику можливе через формування команди з учасниками, які володіють відповідними іноземними мовами, залучення професійних перекладачів для роботи з ключовими матеріалами, налагодження співпраці з міжнародними організаціями для отримання доступу до перекладених ресурсів та створення глосарію ключових термінів та понять у сфері медіаграмотності для забезпечення точності перекладів.

Без належного розуміння специфіки інформаційного споживання різними групами населення Рівненщини існує ризик неактуальності контенту для цільової аудиторії. Створений контент може не відповідати потребам аудиторії, рівню медіаграмотності та звичкам споживання інформації. Мінімізація цього ризику вимагає проведення попередніх досліджень аудиторії з фокус-групами та глибинними інтерв'ю, тестування прототипів матеріалів на представниках цільових груп, сегментації контенту для різних аудиторій та впровадження механізмів зворотного зв'язку для оперативного коригування контенту.

Баланс між науковою достовірністю та доступністю контенту є критично важливим, що створює ризик надмірної академічності або спрощення. Занадто академічний підхід може відштовхнути широку аудиторію, а надмірне спрощення може призвести до втрати важливих нюансів та формування поверхневих навичок медіаграмотності. Подолання цього ризику можливе через

багаторівневу структуру контенту з можливістю поглиблення в тему за бажанням користувача, залучення фахівців з науково- популярної комунікації для адаптації складних концепцій, використання візуалізації та метафор для пояснення складних понять та тестування рівня розуміння матеріалів на різних групах аудиторії.

В українському контексті тема протидії пропаганді часто має політичне забарвлення, що створює ризик політизації теми медіаграмотності. Існує ризик, що проєкт може бути сприйнятий як політично ангажований, що зменшить його ефективність для певних груп аудиторії. Зниження цього ризику потребує збалансованого висвітлення теми з акцентом на універсальних принципах медіаграмотності, залучення експертів та консультантів з різними політичними поглядами, фокусу на конкретних практичних навичках, а не на ідеологічних аспектах, та чіткого розмежування між фактами, експертними оцінками та особистими думками в матеріалах.

Створення якісного мультимедійного лонгріду вимагає значних ресурсів – оплата роботи журналістів, дизайнерів, розробників, експертів, витрати на відрядження, технічне забезпечення тощо, що створює ризик недостатнього фінансування. Недостатнє фінансування може призвести до компромісів щодо якості контенту. Мінімізація цього ризику можлива через диверсифікацію джерел фінансування, поетапну реалізацію проєкту з можливістю залучення додаткового фінансування на пізніших етапах, оптимізацію витрат через використання відкритих технологій та ресурсів та залучення волонтерів та pro bono фахівців для окремих задач.

Технічна реалізація мультимедійного лонгріду може зіткнутися з обмеженнями платформ, проблемами сумісності з різними пристроями, складнощами з інтеграцією різних типів контенту, що створює ризик технічних обмежень та проблем сумісності. Подолання цього ризику вимагає проведення технічного аудиту на ранніх етапах проєкту, тестування на різних пристроях та браузерах протягом усього процесу розробки, створення полегшеної версії для пристроїв з обмеженими технічними можливостями та готовності до швидкого

усунення технічних проблем після запуску.

Розробка якісного мультимедійного продукту вимагає значного часу, але тема медіаграмотності та протидії пропаганді є надзвичайно актуальною та швидко змінюється, що створює ризик часових обмежень. Затягування процесу розробки може призвести до втрати актуальності матеріалів. Мінімізація цього ризику потребує детального планування з реалістичними часовими рамками та буферними періодами, паралельної роботи над різними компонентами проєкту, визначення мінімально життєздатного продукту з можливістю подальшого доопрацювання та регулярного моніторингу виконання плану та оперативного коригування графіку.

Ефективне управління ризиками є невід'ємною частиною розробки мультимедійного лонгріду про розвиток медіаграмотності на Рівненщині. Системний підхід до ідентифікації, аналізу та мінімізації ризиків дозволить не лише забезпечити успішну реалізацію проєкту, але й підвищити його цінність для цільової аудиторії. Цей підхід включає створення детального реєстру ризиків з оцінкою ймовірності їх виникнення та потенційного впливу на проєкт, призначення відповідальних осіб за моніторинг та управління кожним ключовим ризиком, розробку запасних планів для найбільш критичних аспектів проєкту, регулярний перегляд та оновлення стратегій управління ризиками відповідно до змін у зовнішньому середовищі, прозору комунікацію з усіма зацікавленими сторонами щодо потенційних ризиків та стратегій їх мінімізації, створення системи раннього виявлення проблем з механізмами швидкого реагування та планування додаткових ресурсів для непередбачених обставин.

Впровадження комплексного підходу до управління ризиками дозволить створити стійку до викликів систему розробки та функціонування мультимедійного лонгріду, забезпечивши його релевантність, достовірність та ефективність у досягненні поставлених цілей щодо розвитку медіаграмотності на Рівненщині як засобу протидії пропаганді протягом 2022-2024 років.

2.7 Комунікаційна стратегія просування лонгріду

Насамперед, важливо визначити цільову аудиторію лонгріду. Це можуть бути мешканці Рівненської області різних вікових категорій, освітяни, журналісти, громадські активісти, представники місцевої влади та широка аудиторія, яка цікавиться питаннями медіаграмотності. Розуміння демографічних, психографічних та поведінкових характеристик цільової аудиторії дозволить створити точкові повідомлення та обрати найефективніші канали комунікації.

Для ефективного просування лонгріду варто розробити унікальну візуальну ідентичність проєкту. Це включає створення логотипу, визначення кольорової гами, шрифтів та загального стилю, який буде використовуватися в усіх комунікаційних матеріалах. Візуальна ідентичність має відображати сутність теми медіаграмотності, бути сучасною, впізнаваною та викликати довіру аудиторії.

Важливим елементом комунікаційної стратегії є розробка ключових повідомлень, які будуть транслюватися в усіх каналах комунікації. Ці повідомлення мають бути чіткими, зрозумілими, емоційно забарвленими та мотивувати до дії. Наприклад: "Медіаграмотність – твій щит від пропаганди", "Рівненщина навчається розпізнавати фейки", "Критичне мислення рятує життя в інформаційній війні". Для різних сегментів цільової аудиторії можна розробити специфічні повідомлення, які будуть резонувати саме з їхніми потребами та інтересами.

Онлайн-просування лонгріду має бути пріоритетним напрямком стратегії. Варто створити спеціальну лендінг-сторінку або мікросайт для лонгріду, який матиме зручну навігацію, адаптивний дизайн та можливість поширення контенту в соціальних мережах. Важливо оптимізувати сайт для пошукових систем (SEO), використовуючи релевантні ключові слова, метатеги та альтернативні описи зображень.

Соціальні мережі є потужним інструментом просування лонгріду. Варто

створити сторінки проєкту у Facebook, Instagram, Telegram та інших платформах, популярних серед цільової аудиторії. Контент-план для соціальних мереж має включати різноманітні формати: короткі відеоролики, інфографіку, цитати експертів, статистику, особисті історії, опитування та інтерактивні вікторини. Важливо залучати аудиторію до обговорення теми, ставити запитання, проводити прямі ефіри з експертами та використовувати таргетовану рекламу для досягнення ширшої аудиторії.

Колаборація з інфлюенсерами та лідерами думок Рівненської області може суттєво підвищити охоплення та довіру до проєкту. Це можуть бути місцеві журналісти, блогери, активісти, викладачі, представники громадських організацій та органів влади. Вони можуть поширювати інформацію про лонгрід, ділитися власним досвідом боротьби з пропагандою та заохочувати свою аудиторію ознайомитися з матеріалами.

Партнерство з місцевими медіа є важливим компонентом стратегії. Варто налагодити співпрацю з рівненськими телеканалами, радіостанціями, газетами, інтернет-виданнями та забезпечити їх інформацією про проєкт. Можна запропонувати ексклюзивні матеріали, інтерв'ю з авторами лонгріду, експертні коментарі та готові прес-релізи. Медіапартнерство дозволить охопити ту частину аудиторії, яка менш активна в інтернеті, але споживає традиційні медіа.

Освітній компонент стратегії передбачає проведення тренінгів, вебінарів, лекцій та майстер-класів з медіаграмотності в навчальних закладах Рівненщини. Під час таких заходів можна презентувати лонгрід як освітній ресурс, демонструвати його інтерактивні елементи та заохочувати учасників до використання матеріалів у навчальному процесі. Корисно розробити методичні рекомендації для вчителів щодо використання лонгріду на уроках медіаграмотності.

Важливим елементом стратегії є організація публічних заходів, присвячених темі медіаграмотності та презентації лонгріду. Це можуть бути конференції, панельні дискусії, форуми, виставки, фестивалі, квести та інші інтерактивні формати. Такі події дозволяють створити безпосередній контакт з

аудиторією, отримати зворотний зв'язок та підвищити видимість проєкту.

Email-маркетинг залишається ефективним інструментом комунікації. Варто створити розсилку для зацікавлених осіб, яка міститиме інформацію про оновлення лонгріду, додаткові матеріали, анонси подій та корисні поради з медіаграмотності. Персоналізація контенту та сегментація аудиторії підвищить ефективність цього каналу.

Моніторинг та аналітика є невід'ємною частиною комунікаційної стратегії. Необхідно постійно відстежувати ключові показники ефективності (KPI): відвідуваність сайту, час перебування на сторінці, глибину перегляду, кількість взаємодій у соціальних мережах, згадувань у медіа, охоплення аудиторії тощо. Аналіз цих даних дозволить оперативно коригувати стратегію та підвищувати її ефективність.

Для успішної реалізації комунікаційної стратегії важливо розробити детальний календарний план з конкретними дедлайнами, відповідальними особами та бюджетом на кожен захід. Регулярна координація та комунікація між усіма учасниками процесу забезпечить синхронність дій та максимальну ефективність.

Таким чином, комплексна комунікаційна стратегія просування мультимедійного лонгріду про медіаграмотність на Рівненщині має поєднувати онлайн та офлайн інструменти, враховувати потреби різних цільових аудиторій, бути гнучкою та адаптивною до змін у інформаційному середовищі. Реалізація такої стратегії дозволить не лише популяризувати сам лонгрід, але й зробити значний внесок у підвищення рівня медіаграмотності населення Рівненської області та посилення стійкості громади до інформаційних загроз.

2.8 Моніторинг виконання медіапроєкту

Моніторинг такого медіапроєкту слід розглядати як системний процес, що охоплює всі етапи роботи – від планування до фінального запуску та подальшого функціонування лонгріду. Ключовою особливістю моніторингу є його

систематичність і постійність, що дозволяє відслідковувати прогрес у реальному часі та приймати обґрунтовані рішення.

На підготовчому етапі проєкту моніторинг має зосереджуватися на процесі формування проєктної команди, розробці детального плану-графіку роботи та визначенні ключових показників ефективності (KPI). Важливо встановити чіткі критерії оцінки кожного етапу робіт, розробити систему фіксації та обліку виконаних завдань. Доцільно використовувати спеціалізовані програмні рішення для управління проєктами (Trello, Asana, Monday.com, Microsoft Project), які дозволяють легко відстежувати прогрес, призначати відповідальних осіб та встановлювати дедлайни.

Під час етапу збору інформації та підготовки контенту необхідно контролювати якість та релевантність матеріалів, дотримання журналістських стандартів, різноманітність використаних джерел. Варто впровадити систему внутрішньої верифікації фактів та перевірки інформації, особливо з огляду на тематику медіаграмотності та протидії пропаганді. Моніторинг має включати оцінку відповідності зібраних матеріалів початковій концепції проєкту та їх спроможності ефективно розкрити вибрану тему.

На етапі технічної розробки лонгріду моніторинг повинен охоплювати процес створення дизайн-концепції, верстки, розробки інтерактивних елементів та мультимедійного контенту. Важливо відстежувати дотримання технічних вимог щодо адаптивності, швидкості завантаження, зручності навігації та кросбраузерності. Регулярне тестування прототипів на різних пристроях та платформах дозволить своєчасно виявляти та усувати технічні недоліки. Доцільно запровадити систему фіксації та відстеження помилок (bug tracking), використовуючи інструменти на кшталт Jira або GitHub Issues.

Особливу увагу слід приділити моніторингу дотримання часових рамок проєкту. Необхідно регулярно проводити аналіз виконання плану-графіку, виявляти відхилення від запланованих термінів та розробляти коригувальні дії. Ефективною практикою є проведення щотижневих статус-мітингів команди, на яких обговорюється поточний прогрес, виявлені проблеми та плани на

наступний період. За результатами таких нарад варто складати протоколи з чітким переліком завдань, відповідальних осіб та термінів виконання.

Фінансовий моніторинг є невід'ємною складовою процесу контролю за виконанням медіапроєкту. Важливо відстежувати дотримання кошторису, співвідношення запланованих та фактичних витрат, ефективність використання фінансових ресурсів. Регулярний фінансовий аналіз дозволить виявляти потенційні перевитрати та вносити необхідні коригування до бюджету. Для зручності моніторингу фінансових показників доцільно використовувати спеціалізовані програми або таблиці, які дозволяють вести облік витрат у режимі реального часу.

Після запуску лонгріду моніторинг переходить у фазу відстеження його ефективності та впливу. На цьому етапі важливо аналізувати статистику відвідувань, час перебування користувачів на сторінці, глибину перегляду, шляхи переходу, географію та демографію аудиторії. Для збору таких даних можна використовувати інструменти веб-аналітики, такі як Google Analytics, Яндекс.Метрика, Hotjar. Аналіз цієї інформації дозволить оцінити рівень досягнення поставлених цілей та вносити необхідні зміни до лонгріду для підвищення його ефективності.

Важливим аспектом моніторингу є відстеження взаємодії аудиторії з контентом. Необхідно аналізувати кількість та якість коментарів, поширень у соціальних мережах, цитувань в інших медіа. Такий аналіз дозволить оцінити резонанс проєкту та його вплив на громадську дискусію щодо медіаграмотності на Рівненщині.

Особливу цінність для моніторингу ефективності проєкту має збір та аналіз зворотного зв'язку від цільової аудиторії. Варто проводити опитування користувачів щодо їхнього сприйняття лонгріду, зручності користування, корисності інформації. Фокус-групи з представниками різних цільових аудиторій (освітяни, журналісти, громадські активісти, пересічні користувачі) дозволять отримати глибше розуміння сильних та слабких сторін проєкту.

Для комплексної оцінки результативності медіапроєкту доцільно

розробити систему індикаторів, які відображають різні аспекти його впливу: рівень обізнаності аудиторії з питань медіаграмотності, зміни у ставленні до пропаганди, розвиток навичок критичного мислення. Для вимірювання цих показників можна використовувати методи соціологічних досліджень, експертні оцінки, аналіз кейсів.

Важливим компонентом моніторингу є регулярне складання звітності за результатами проведеної роботи. Звіти мають містити детальну інформацію про хід виконання проєкту, досягнуті результати, виявлені проблеми та застосовані рішення. Такі звіти є цінним джерелом інформації для проєктної команди, партнерів, донорів та можуть бути використані для подальшого вдосконалення проєкту.

Моніторинг виконання медіапроєкту має бути гнучким та адаптивним процесом, здатним реагувати на зміни в інформаційному середовищі та потреби аудиторії. З огляду на динамічність теми медіаграмотності та протидії пропаганді, особливо в умовах повномасштабної війни, важливо постійно оновлювати критерії оцінки та методи моніторингу, враховуючи нові тенденції та виклики.

Отже, комплексний та системний моніторинг виконання медіапроєкту мультимедійного лонгріду про розвиток медіаграмотності на Рівненщині забезпечує не лише контроль за реалізацією запланованих заходів, але й створює основу для постійного вдосконалення проєкту, підвищення його ефективності та досягнення поставлених цілів у сфері протидії пропаганді та розвитку критичного мислення серед населення регіону.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ

3.1 Проблеми реалізації мультимедійного лонгріду на тему медіаграмотності на Рівненщині

Однією з первинних проблем є обмеженість достовірних даних щодо рівня медіаграмотності населення Рівненської області. Відсутність ґрунтовних досліджень та систематичного моніторингу стану медіаграмотності в регіоні ускладнює визначення базового рівня, від якого слід відштовхуватися при створенні лонгріду. Інформаційна картина щодо найпоширеніших видів дезінформації серед жителів області, найбільш вразливих категорій населення та ефективності попередніх ініціатив з розвитку медіаграмотності залишається фрагментарною. Це створює ризик неточного визначення проблемного поля та цільової аудиторії проєкту, що може знизити його релевантність та ефективність.

Технічні виклики представляють іншу вагому категорію проблем. Створення якісного мультимедійного лонгріду вимагає поєднання різних типів контенту – тексту, фото, відео, аудіо, інфографіки, інтерактивних елементів. Реалізація такого технічно складного проєкту потребує наявності відповідного обладнання та програмного забезпечення, а також фахівців з навичками роботи в різних мультимедійних форматах. У регіональному контексті Рівненщини може виникати дефіцит таких спеціалістів або доступу до необхідних технічних ресурсів. Особливу складність представляє розробка адаптивної версії лонгріду, яка забезпечуватиме однаково якісне відтворення на різних пристроях – від настільних комп'ютерів до мобільних телефонів, з урахуванням різної швидкості інтернет-з'єднання користувачів.

Проблема цифрової нерівності на Рівненщині також може суттєво впливати на ефективність реалізації проєкту. Регіон характеризується значними відмінностями в доступі до високошвидкісного інтернету між міськими та сільськими територіями. Відповідно до статистики, значна частина населення в сільській місцевості має обмежений доступ до інтернету або користується

мобільним зв'язком з недостатньою швидкістю для комфортного перегляду мультимедійного контенту. Це створює ризик того, що саме ті групи населення, які найбільше потребують розвитку медіаграмотності (зокрема, старше покоління в сільській місцевості), матимуть обмежені можливості для ознайомлення з лонгрідом.

Фінансові обмеження становлять серйозний виклик для реалізації якісного медіапроєкту. Створення мультимедійного лонгріду передбачає значні витрати на оплату роботи журналістів, фотографів, відеооператорів, дизайнерів, програмістів, експертів з медіаграмотності. Додаткові витрати пов'язані з придбанням або орендою необхідного обладнання, ліцензійного програмного забезпечення, оплатою хостингу та просуванням готового продукту. В умовах обмеженого фінансування регіональних медіапроєктів, особливо під час війни, коли пріоритет надається гуманітарним та оборонним потребам, залучення достатніх ресурсів для реалізації технологічно складного лонгріду може бути проблематичним.

Методологічні труднощі пов'язані з необхідністю ефективного поєднання навчальних елементів з журналістським наративом. Створення контенту, який одночасно буде інформативним, освітнім та достатньо захопливим для утримання уваги різних категорій користувачів, вимагає балансу між глибиною викладу матеріалу та його доступністю. Особливо складним є завдання представлення теоретичних аспектів медіаграмотності у формі, яка буде зрозумілою для пересічного користувача без спеціальної підготовки, але при цьому не виглядатиме примітивною для більш освіченої аудиторії.

Безпековий вимір реалізації проєкту також не можна ігнорувати. Створення лонгріду, присвяченого протидії пропаганді та розвитку медіаграмотності, може зробити його авторів та учасників потенційними об'єктами інформаційних атак, дискредитаційних кампаній або навіть кібератак з боку ворожих структур. Забезпечення безпеки персональних даних експертів, журналістів та осіб, які надають коментарі для проєкту, вимагає додаткових заходів захисту інформації та розробки протоколів реагування на можливі

інциденти.

Проблема актуальності контенту є особливо гострою для мультимедійних проєктів, пов'язаних з темою інформаційної безпеки. Інформаційне середовище та методи пропаганди постійно еволюціонують, особливо в умовах війни. Нові наративи, маніпулятивні техніки та канали поширення дезінформації з'являються регулярно. Це створює ризик швидкого застарівання контенту лонгріду. Розробка механізмів оперативного оновлення матеріалів та їх адаптації до змін в інформаційному ландшафті є серйозним викликом, особливо з огляду на статичний характер традиційного формату лонгріду.

Мовний аспект реалізації проєкту також вимагає особливої уваги. Рівненська область, як і інші регіони України, характеризується певною мовною специфікою. Вибір мови (української, англійської, можливо російської для певних категорій населення) та стилю викладу матеріалу має враховувати особливості цільової аудиторії та забезпечувати максимальну доступність інформації. Необхідність балансу між дотриманням літературних норм та використанням зрозумілої для місцевого населення лексики створює додатковий виклик для авторів контенту.

Проблема вимірювання ефективності лонгріду становить окрему методологічну складність. Розробка системи кількісних та якісних показників, які дозволяють об'єктивно оцінити вплив проєкту на рівень медіаграмотності цільової аудиторії, вимагає комплексного підходу. Традиційні метрики, такі як кількість переглядів, час перебування на сторінці або охоплення в соціальних мережах, не відображають повною мірою реальний навчальний ефект та зміни в поведінці користувачів. Розробка спеціалізованих інструментів оцінки, які дозволяють відстежувати довгострокові зміни в рівні медіаграмотності, є складним методологічним завданням.

Інтеграція лонгріду в існуючу екосистему медіаосвіти регіону також представляє певні труднощі. Для досягнення максимального ефекту проєкт має взаємодіяти з іншими ініціативами у сфері медіаграмотності – навчальними програмами в школах та вишах, тренінгами громадських організацій, кампаніями

державних установ. Налагодження ефективної координації між різними зацікавленими сторонами, узгодження методологічних підходів та уникнення дублювання зусиль вимагає системного підходу та постійної комунікації.

Психологічний аспект сприйняття контенту з медіаграмотності також слід враховувати. Частина аудиторії може демонструвати психологічний спротив або скептицизм щодо такого роду матеріалів, особливо якщо вони суперечать усталеним переконанням або викривають маніпуляції в джерелах інформації, яким користувач довіряє. Подолання цього бар'єру вимагає особливого підходу до представлення контенту, який враховує психологічні особливості сприйняття інформації та когнітивні упередження.

Особливу складність представляє необхідність балансу між фактологічною точністю та емоційним впливом матеріалу. З одного боку, контент про медіаграмотність повинен бути максимально об'єктивним та базуватися на перевірених фактах. З іншого боку, для досягнення максимального впливу на аудиторію необхідно використовувати емоційні наративи, особисті історії, яскраві приклади. Знаходження оптимального балансу між цими аспектами вимагає високої журналістської майстерності та розуміння психології сприйняття інформації.

Правові аспекти реалізації проєкту також можуть створювати певні обмеження. Використання матеріалів з відкритих джерел, цитування експертів, включення прикладів пропаганди для аналізу – всі ці елементи мають відповідати законодавству про авторське право та нормам журналістської етики. Особливо складним є питання використання прикладів ворожої пропаганди для ілюстрації маніпулятивних технік без ризику поширення цієї ж пропаганди.

Регіональна специфіка інформаційного простору Рівненщини вимагає особливого підходу до підбору матеріалів та формування контенту. Область характеризується певними історичними, культурними, релігійними особливостями, які впливають на сприйняття інформації та вразливість до певних типів пропаганди. Нерозуміння або недостатнє врахування цієї специфіки може знизити релевантність контенту для місцевої аудиторії.

Таким чином, реалізація мультимедійного лонгріду на тему медіаграмотності на Рівненщині пов'язана з комплексом взаємопов'язаних проблем – від технічних і фінансових до методологічних і психологічних. Успішне вирішення цих проблем вимагає системного підходу, залучення міждисциплінарної команди фахівців, ретельного планування та гнучкого управління проєктом. Незважаючи на складність завдання, створення якісного освітнього ресурсу з медіаграмотності має високу соціальну цінність, особливо в умовах інформаційної війни, і може зробити значний внесок у підвищення інформаційної стійкості громади Рівненської області.

3.2 Досвід реалізації та його особливості

Передусім, варто зазначити, що унікальність досвіду реалізації проєкту значною мірою обумовлена періодом його створення – під час повномасштабної війни, коли інформаційний простір України зазнав безпрецедентного тиску та маніпуляцій з боку ворога. Ця обставина наклала особливий відбиток на весь процес роботи над лонгрідом, починаючи від концептуалізації ідеї до її технічного втілення та комунікаційного супроводу.

Формування команди проєкту стало першим важливим етапом реалізації. Особливістю цього процесу було залучення міждисциплінарної групи фахівців – журналістів, медіаекспертів, фактчекерів, дизайнерів, програмістів, соціологів, педагогів та громадських активістів з Рівненщини. Такий підхід дозволив забезпечити всебічне висвітлення теми та врахування регіональної специфіки. Важливою складовою формування команди стало залучення місцевих фахівців, які добре розуміють контекст регіону, його інформаційний ландшафт та особливості сприйняття інформації різними групами населення.

Дослідницька фаза проєкту характеризувалася комплексним підходом до збору даних. Було проведено соціологічне опитування мешканців Рівненської області для визначення базового рівня медіаграмотності, найпоширеніших стереотипів та інформаційних вразливостей різних категорій населення. Значну

увагу було приділено моніторингу місцевих медіа та соціальних мереж для виявлення найбільш поширених наративів пропаганди, які циркулюють у регіоні. Проведено серію глибинних інтерв'ю з експертами – викладачами, журналістами, представниками органів влади, громадськими активістами, які працюють у сфері медіаосвіти. Це дозволило зібрати унікальний матеріал, що відображає специфіку інформаційного простору Рівненщини.

Концептуалізація проєкту відбувалася на основі аналізу зібраних даних та з урахуванням світового досвіду у сфері медіаосвіти. Було прийнято рішення структурувати лонгрід за тематичними блоками, які відповідають основним аспектам медіаграмотності – від розпізнавання фейків та маніпуляцій до критичного аналізу джерел інформації та безпечної поведінки в цифровому просторі. Кожен блок поєднував теоретичні матеріали з практичними завданнями та реальними прикладами з регіонального контексту. Такий підхід дозволив забезпечити баланс між освітньою цінністю та практичною застосовністю контенту.

Особливістю роботи над контентом стало використання методу сторітелінгу, який дозволив органічно поєднати навчальні елементи з журналістськими розслідуваннями та особистими історіями жителів Рівненщини, які стикалися з дезінформацією або брали участь у проєктах з медіаграмотності. Такий підхід значно підвищив емоційну залученість аудиторії та зробив теоретичний матеріал більш доступним для сприйняття. Важливою складовою контенту стали інтерв'ю з місцевими лідерами думок – вчителями, журналістами, військовими, представниками релігійних громад, які ділилися власним досвідом протидії пропаганді.

Технічна реалізація проєкту відбувалася з використанням сучасних веб-технологій, які дозволяють створювати інтерактивний, адаптивний контент. Особливу увагу було приділено оптимізації лонгріду для різних пристроїв – від настільних комп'ютерів до мобільних телефонів, враховуючи особливості інтернет-покриття в різних частинах Рівненської області. Для районів з обмеженим доступом до високошвидкісного інтернету було створено полегшену

версію лонгріду з мінімальним використанням важких мультимедійних елементів.

Інтерактивність стала ключовою особливістю технічної реалізації проєкту. Лонгрід містив різноманітні інтерактивні елементи – тести для самоперевірки рівня медіаграмотності, симулятори розпізнавання фейкових новин, інтерактивні карти поширення дезінформації в регіоні, таймлайни розвитку пропагандистських наративів. Особливою інновацією стало створення інтерактивного тренажера з розпізнавання маніпуляцій, який дозволяв користувачам практикувати навички критичного мислення на реальних прикладах з регіонального інформаційного простору.

Мультимедійність контенту забезпечувалася через органічне поєднання різних форматів – текстів, фотографій, відеоінтерв'ю, аудіоподкастів, інфографіки, анімації. Особливу цінність мали документальні відеоматеріали, які фіксували реальні приклади впливу дезінформації на життя громад Рівненщини та демонстрували успішні практики протидії пропаганді. Для створення візуального контенту було залучено місцевих фотографів та відеооператорів, які добре знають регіональний контекст.

Забезпечення доступності контенту для різних категорій користувачів стало важливою складовою реалізації проєкту. Було створено версію лонгріду для людей з порушеннями зору (з можливістю збільшення шрифту, аудіоверсією текстових матеріалів) та слуху (з субтитрами для відеоматеріалів). Крім того, для старшої аудиторії, яка має обмежений досвід роботи з цифровими медіа, було розроблено спеціальний навігаційний інтерфейс з максимально інтуїтивним керуванням.

Залучення аудиторії до створення контенту стало унікальною особливістю проєкту. Було організовано збір історій від жителів Рівненщини про їхній досвід зіткнення з дезінформацією та способи її розпізнавання. Проведено конкурс серед школярів та студентів на кращі роботи з теми медіаграмотності. Матеріали переможців було інтегровано до лонгріду, що дозволило представити різні перспективи та підвищити залученість молодіжної аудиторії.

Співпраця з освітніми закладами стала важливим аспектом реалізації проєкту. Було розроблено методичні матеріали для вчителів щодо використання лонгріду в навчальному процесі, проведено серію вебінарів та тренінгів для освітян з різних районів Рівненської області. Такий підхід дозволив інтегрувати лонгрід в існуючу систему медіаосвіти регіону та забезпечити його використання в школах та вишах.

Адаптивність контенту до змін в інформаційному середовищі стала важливою особливістю реалізації проєкту. Було створено механізм регулярного оновлення матеріалів у відповідь на появу нових пропагандистських наративів та маніпулятивних технік. Для цього організовано постійний моніторинг інформаційного простору Рівненщини та налагоджено співпрацю з місцевими медіа та фактчекінговими організаціями.

Комунікаційний супровід проєкту характеризувався диверсифікацією каналів комунікації. Окрім традиційного просування в соціальних мережах та місцевих медіа, було проведено серію офлайн-презентацій лонгріду в різних районах Рівненської області, організовано тематичні заходи в бібліотеках, школах, вишах, громадських просторах. Особливу увагу приділено роботі з вразливими групами населення – мешканцями прикордонних територій, людьми старшого віку, внутрішньо переміщеними особами.

Вимірювання ефективності проєкту відбувалося за комплексною методологією, яка поєднувала кількісні та якісні показники. Окрім традиційних метрик (кількість переглядів, час перебування на сторінці, глибина перегляду), проводилося регулярне опитування користувачів щодо впливу лонгріду на їхні навички медіаграмотності, фокус-групи з представниками різних цільових аудиторій, експертна оцінка контенту. Така методологія дозволила отримати комплексне уявлення про вплив проєкту та його внесок у розвиток медіаграмотності на Рівненщині.

Сталість проєкту забезпечувалася через створення спільноти практиків медіаграмотності, які продовжують розвивати та поширювати матеріали лонгріду після завершення активної фази проєкту. Було налагоджено співпрацю

з місцевими освітніми закладами, бібліотеками, громадськими організаціями, які інтегрували лонгрід у свої освітні програми та заходи. Створено механізм подальшого оновлення та адаптації контенту силами спільноти.

Завдяки комплексному підходу до реалізації, мультимедійний лонгрід став не просто інформаційним ресурсом, а повноцінною освітньою платформою, яка об'єднала різні ініціативи з розвитку медіаграмотності на Рівненщині. Досвід реалізації проєкту продемонстрував, що ефективна протидія пропаганді на регіональному рівні вимагає глибокого розуміння місцевого контексту, залучення широкого кола стейкхолдерів та поєднання сучасних технологічних рішень з традиційними методами комунікації.

Отриманий досвід має цінність не лише для подальших ініціатив з розвитку медіаграмотності на Рівненщині, але й може бути адаптований та використаний в інших регіонах України, враховуючи їхню специфіку та особливості інформаційного простору. Ключові принципи, які доведели свою ефективність – міждисциплінарність, інтерактивність, адаптивність, залучення громади та інтеграція в існуючу освітню систему – можуть стати основою для нових проєктів у сфері медіаосвіти та протидії пропаганді.

3.3 Рекомендації для покращення майбутніх проєктів такого формату

Передусім варто приділити більше уваги підготовчому етапу проєкту, зокрема проведенню ґрунтовного дослідження інформаційного простору регіону. Майбутні проєкти мають базуватися на детальному аналізі медіаспоживання різних соціально-демографічних груп, картографуванні джерел інформації, які користуються найбільшою довірою, та виявленні специфічних регіональних наративів дезінформації. Такий підхід дозволить створювати більш таргетований контент, що відповідає реальним потребам конкретної аудиторії.

Доцільно розширити цільову аудиторію проєкту за рахунок спеціалізованих модулів для різних професійних груп, які виступають

ретрансляторами інформації в громаді – вчителів, бібліотекарів, працівників органів місцевого самоврядування, журналістів районних медіа, лідерів громадської думки. Для кожної з цих груп варто розробити специфічні навчальні матеріали, що враховують їхні професійні потреби та можливості впливу на інформаційний простір.

Важливим напрямком вдосконалення є посилення практичного компоненту лонгріду. Майбутні проєкти мають містити більше інтерактивних тренажерів, симуляторів, практичних завдань, які дозволяють користувачам відпрацьовувати навички медіаграмотності в режимі реального часу. Варто розробити систему персоналізованих рекомендацій, яка адаптує навчальний маршрут відповідно до рівня підготовки та інтересів користувача.

Особливу увагу слід приділити технологічним аспектам реалізації проєкту. Рекомендується використовувати прогресивні веб-додатки (Progressive Web Apps), які забезпечують швидке завантаження контенту навіть при низькій швидкості інтернет-з'єднання та можливість роботи в офлайн-режимі. Це особливо актуально для сільських територій з обмеженим доступом до високошвидкісного інтернету. Також варто передбачити можливість встановлення лонгріду як мобільного додатку, що підвищить зручність користування та розширить аудиторію.

Для посилення інклюзивності проєкту рекомендується впровадити більш розширені можливості для користувачів з різними формами інвалідності – не лише адаптувати контент для людей з порушеннями зору та слуху, але й передбачити спеціальні формати для користувачів з когнітивними порушеннями, розладами уваги тощо. Доцільно залучати представників таких груп до тестування та оцінки доступності контенту на етапі розробки.

Пошук інноваційних форматів подання інформації має стати одним з пріоритетів для майбутніх проєктів. Варто експериментувати з новими мультимедійними форматами – віртуальною та доповненою реальністю, інтерактивними документальними фільмами, геймифікованими навчальними модулями, подкастами. Такі формати не лише підвищують залученість аудиторії,

але й дозволяють більш ефективно демонструвати механізми впливу пропаганди та способи протидії їй.

Важливим напрямком удосконалення є розробка механізмів персоналізації контенту. Варто впровадити систему, яка аналізує поведінку користувача та адаптує контент відповідно до його інтересів, рівня підготовки, стилю навчання. Така персоналізація може базуватися на аналізі даних про взаємодію користувача з лонгрідом та передбачати рекомендацію найбільш релевантних матеріалів, адаптацію рівня складності завдань, пропозицію додаткових ресурсів.

Для підвищення сталості проєкту рекомендується створювати не просто інформаційний ресурс, а повноцінну освітню екосистему, яка продовжуватиме функціонувати та розвиватися після завершення активної фази проєкту. Це передбачає розробку механізмів постійного оновлення контенту, залучення користувачів до створення нових матеріалів, формування спільноти практиків медіаграмотності, які будуть підтримувати та розвивати проєкт.

Важливо вдосконалити систему моніторингу та оцінки ефективності проєкту. Майбутні ініціативи мають базуватися на науково обґрунтованій методології вимірювання впливу, яка включає як кількісні, так і якісні показники. Доцільно впровадити лонгітюдні дослідження, які дозволяють відстежувати зміни в рівні медіаграмотності цільової аудиторії протягом тривалого періоду. Важливо розробити систему індикаторів, які вимірюють не лише засвоєння знань, але й зміни в поведінці та практиках медіаспоживання.

Посилення міжрегіональної та міжнародної співпраці може значно збагатити майбутні проєкти. Рекомендується налагоджувати партнерство з подібними ініціативами в інших регіонах України та за кордоном, що дозволить обмінюватися досвідом, методиками, навчальними матеріалами. Особливо цінним може бути вивчення досвіду країн, які тривалий час протидіють інформаційним впливам та розвивають медіаграмотність населення – країн Балтії, Польщі, Фінляндії.

Для посилення адаптивності проєкту до змін в інформаційному середовищі

рекомендується створити систему раннього виявлення нових дезінформаційних наративів та оперативного реагування на них. Це може включати регулярний моніторинг інформаційного простору регіону, співпрацю з фактчекінговими організаціями, створення механізму швидкого оновлення контенту у відповідь на нові інформаційні загрози.

Особливу увагу слід приділити інтеграції проєкту в формальну та неформальну освіту. Рекомендується розробляти навчально-методичні матеріали для використання лонгріду в школах, вишах, системі післядипломної освіти. Важливо налагоджувати співпрацю з освітніми закладами, проводити навчання для вчителів, розробляти плани уроків та інші допоміжні матеріали, які полегшують інтеграцію лонгріду в навчальний процес.

Для розширення аудиторії проєкту доцільно передбачити можливість створення офлайн-версій контенту – друкованих матеріалів, навчальних посібників, плакатів, настільних ігор. Це особливо актуально для категорій населення з обмеженим доступом до інтернету або недостатніми цифровими навичками.

Важливим напрямком вдосконалення є розробка механізмів заохочення користувачів до проходження всіх модулів лонгріду та виконання практичних завдань. Варто впровадити елементи геймифікації – системи досягнень, рейтинги, віртуальні нагороди, які мотивують користувачів продовжувати навчання. Також доцільно розглянути можливість видачі сертифікатів або інших документів, які підтверджують проходження курсу з медіаграмотності.

Посилення локалізації контенту є важливою рекомендацією для майбутніх проєктів. Варто приділяти більше уваги регіональній специфіці – використовувати приклади з місцевого інформаційного простору, залучати місцевих експертів та лідерів думок, враховувати культурні, історичні, соціальні особливості регіону. Це підвищує релевантність матеріалів для цільової аудиторії та посилює ідентифікацію користувачів з контентом.

Для забезпечення фінансової сталості проєкту рекомендується розробляти диверсифіковані моделі фінансування, які включають гранти, спонсорську

підтримку, партнерство з бізнесом, краудфандинг, надання додаткових платних послуг (тренінги, консультації, поглиблені курси). Це дозволить забезпечити довгострокове функціонування та розвиток проєкту.

Важливо посилити безпековий компонент проєкту – не лише захищати персональні дані користувачів та забезпечувати технічну безпеку ресурсу, але й розробляти протоколи реагування на можливі інформаційні атаки, дискредитаційні кампанії, спроби зламу. Варто передбачити створення резервних копій контенту, альтернативних каналів поширення інформації, систем швидкого відновлення роботи у випадку технічних збоїв або кібератак.

Рекомендується впроваджувати більш гнучкі моделі управління проєктом, які дозволяють оперативно адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, швидко приймати рішення, експериментувати з новими форматами та підходами. Це може включати використання agile-методологій, створення міждисциплінарних команд з високим рівнем автономії, залучення користувачів до процесу прийняття рішень.

Для посилення впливу проєкту варто розвивати компонент адвокації – не лише надавати знання та навички з медіаграмотності, але й заохочувати користувачів до активних дій з протидії дезінформації, участі в громадських ініціативах, поширення знань серед своєї спільноти. Для цього можна розробити конкретні інструкції щодо дій у випадку виявлення дезінформації, шаблони звернень до регуляторів, рекомендації щодо організації заходів з медіаграмотності на місцевому рівні.

Врахування цих рекомендацій при розробці майбутніх мультимедійних лонгрідів з медіаграмотності дозволить створювати більш ефективні, інклюзивні, технологічно досконалі та сталі проєкти, які матимуть значний вплив на розвиток критичного мислення та інформаційної стійкості громад. Такі проєкти стануть важливим компонентом національної системи медіаосвіти та зроблять значний внесок у протидію пропаганді та дезінформації в умовах інформаційної війни.

ВИСНОВКИ

Дослідження теоретичних засад і практичних аспектів створення мультимедійного лонгріду на тему розвитку медіаграмотності на Рівненщині як засобу протидії пропаганді протягом 2022-2024 років дозволяє сформулювати низку важливих висновків.

У сучасних умовах повномасштабної війни та інформаційної агресії проти України питання медіаграмотності набуває надзвичайної актуальності, особливо на регіональному рівні, де інформаційна стійкість громад відіграє вирішальну роль у протидії ворожій пропаганді. Аналіз літератури та джерел підтверджує зростаючу роль медіаграмотності як важливого інструменту національної безпеки та демократичного розвитку суспільства.

Проведене дослідження доводить, що мультимедійний лонгрід є оптимальним форматом для висвітлення складної, багатоаспектної теми медіаграмотності. Цей формат дозволяє органічно поєднувати різні типи контенту – текст, відео, аудіо, інфографіку, інтерактивні елементи, забезпечуючи глибоке занурення в тему та високий рівень залученості аудиторії. Особлива цінність лонгріду полягає в можливості представити комплексну інформацію у структурований, візуально привабливий та доступний для сприйняття спосіб, що особливо важливо для освітнього контенту з медіаграмотності.

Дослідження теоретико-практичних аспектів розробки медіапроєкту підтверджує необхідність системного підходу до управління різними складовими проєкту – змістом, часом, ресурсами, якістю, ризиками, комунікацією. Особливу значущість має комплексне управління змістом лонгріду, що включає ретельний підбір тематичних напрямків, структурування матеріалу, забезпечення балансу між теоретичними та практичними компонентами, адаптацію контенту до потреб різних цільових аудиторій.

Важливим висновком є необхідність диверсифікації комунікаційної стратегії просування лонгріду, що враховує специфіку регіонального

інформаційного простору та особливості медіаспоживання різних соціально- демографічних груп. Ефективна комунікаційна стратегія має поєднувати онлайн та офлайн інструменти, залучати місцевих лідерів думок, використовувати партнерство з освітніми закладами та громадськими організаціями.

Аналіз проблем реалізації мультимедійного лонгріду виявив низку викликів – від технічних і фінансових до методологічних і психологічних. Особливо гострими є проблеми цифрової нерівності, забезпечення актуальності контенту в умовах швидкозмінного інформаційного середовища, подолання психологічного спротиву частини аудиторії, забезпечення балансу між об'єктивністю та емоційним впливом матеріалів.

Унікальний досвід реалізації проєкту в умовах повномасштабної війни підтвердив ефективність міждисциплінарного підходу, залучення місцевих фахівців, використання методу сторітелінгу, створення інтерактивних елементів, забезпечення доступності контенту для різних категорій користувачів. Особливо цінним виявився досвід залучення громади до створення контенту та інтеграції лонгріду в існуючу систему медіаосвіти регіону.

На основі проведеного дослідження сформульовано рекомендації для покращення майбутніх проєктів такого формату. Ключовими напрямками вдосконалення є посилення практичного компоненту, впровадження інноваційних технологічних рішень, персоналізація контенту, розвиток інклюзивності, створення механізмів регулярного оновлення матеріалів, посилення взаємодії з формальною та неформальною освітою, розробка диверсифікованих моделей фінансування.

Таким чином, реалізація мультимедійного лонгріду про медіаграмотність на Рівненщині не лише сприяє розвитку критичного мислення та інформаційної стійкості місцевої громади, але й створює цінний досвід та методологічну основу для подібних проєктів в інших регіонах України. В умовах тривалої інформаційної війни такі проєкти стають важливими елементами національної системи протидії пропаганді та розвитку медіаосвіти.

Перспективними напрямками подальших досліджень можуть стати розробка методик вимірювання ефективності проєктів з медіаграмотності, вивчення психологічних механізмів сприйняття медіаосвітнього контенту різними цільовими аудиторіями, аналіз можливостей інтеграції інноваційних технологій (штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності) у проєкти з медіаграмотності, дослідження особливостей адаптації міжнародного досвіду до українського контексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Cairo A. The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization. 2012. URL: http://www.elartefuncional.com/images/Intro_chapter1.pdf (дата звернення: 11.04.2025).

2. Emde K., Klimmt C., Schluetz D. M. Does storytelling help adolescents to process the news? A comparison of narrative news and the inverted pyramid. Journalism Studies. 2016. Vol. 17, Issue 8. P. 608-627.

3. European elections: UK results. The Guardian. 2014. URL: https://www.theguardian.com/politics/ng-interactive/2014/may/25/european- elections-uk-results (дата звернення: 11.04.2025).

4. Gray N., Voce A. Which cities are liveable without air conditioning – and for how much longer? The Guardian. URL: https://www.theguardian.com/cities/ng-interactive/2018/aug/14/which-cities-are-liveable-without-air-conditioning-and-for-how-much-longer (дата звернення: 11.04.2025).

5. Haile T. What You Think You Know about the Web Is Wrong. Time. 2014. URL: http://time.com/12933/what-you-think-you-know-about-the-web-is- wrong/ (дата звернення: 11.04.2025).

6. Holder J., Hern A. Bezos's empire: how Amazon became the world's most valuable retailer. The Guardian. 2018. URL: https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2018/apr/24/bezoss- empire-how-amazon-became-the-worlds-biggest-retailer (дата звернення: 11.04.2025).

7. Kommenda N., Barr C., Holder J. Gender pay gap: what we learned and how to fix it. The Guardian. 2018. URL: https://www.theguardian.com/news/ng-interactive/2018/apr/05/women-are-paid-less-than-men-heres-how-to-fix-it (дата звернення: 11.04.2025).

8. Levitt D., Andringa P., Hulley-Jones F. та ін. Deadly weather: the human cost of 2018's climate disasters – visual guide. The Guardian. 2018. URL:

https://www.theguardian.com/environment/ng- interactive/2018/dec/21/deadly-weather-the-human-cost-of-2018s-climate- disasters-visual-guide (дата звернення: 11.04.2025).

9. Lewis P., Barr C., Holder J. та ін. Revealed: one in four Europeans vote populist. The Guardian. 2018. URL: https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2018/nov/20/revealed-one-in-four-europeans-vote-populist (дата звернення: 11.04.2025).

10. Reuters Institute Digital News Report 2017 / N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos та ін. 136 с.

11. Rogers S., Schwabish J., Bowers D. Data Journalism in 2017: The Current State and Challenges Facing the Field Today. 2017. 24 с.

12. Вербицька А. Медіаграмотність як протидія інформаційній агресії: як не стати «корисним ідіотом» у руках пропагандистів. URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/30326/2022-09-26- mediagramotnist-yak-protydiya-informatsiyniy-agresii-yak-ne-staty- korysnym-idiotom-u-rukakh-propagandystiv/ (дата звернення: 12.04.2025).

13. Вікно Овертона і пропаганда: чому варто уникати російських джерел інформації. URL: https://uacrisis.org/uk/vikno-overtona-i-propagandachomu-varto-unykaty-rosijskyh-dzherel-informatsiyi (дата звернення: 12.04.2025).

14. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ: ТОВ "Софія- А", 2016. 184 с. URL: https://imi.org.ua/wpcontent/uploads/2017/06 /Mediakompas.pdf(дата звернення: 12.04.2025).

15. Гондюл О. Д. Використання ігрових технологій в медіа для досягнення глобальних Цілей сталого розвитку (на прикладі авторської гри Unicorn Media Camp). Інтегровані комунікації. 2023. № 15. С. 44–51. DOI: 10.28925/2524-2644.2023.155.

16. Гондюл О. Д. Соціальна відповідальність медіа як ефективний результат «журналістики рішень». Інтегровані комунікації. 2019. Випуск 2(8).

С. 14–24. DOI: 10.28925/2524-2644.2019.2.2.

17. Дюжева К. Особливості моделювання лонгрідів. Вісник Книжкової палати. 2017. № 2. С. 15-17.

18. Журналістика даних: Посібник / За заг. ред. Джонатана Грея, Ліліани Бонегру, Люсі Чемберс. 2012. URL: http://texty.org.ua/pg/book/newsmaker/read/40161 (дата звернення: 11.04.2025).

19. Забуга С. С. Державна політика у сфері впровадження медіаграмотності в Україні: магістерська робота. Київ, 2022. 104 с.

20. Зернецька О. В. Медіа-форматування проблем сталого розвитку у глобальному інформаційно-комунікаційному просторі. Глобальна комунікація: монографія. Київ: Наукова думка, 2017. С. 322–339. URL: https://elibrary.ivinas.gov.ua/4706/1/Mediaformatuvannia%20problem%20staloho%20rozvytku.pdf.

21. Конструктор вправ. Збірник практичних завдань з інфомедійної грамотності, інтегрованої до фахової підготовки студентів-журналістів / відп. ред. та упоряд. Будівська Г., Дуцик Д., Тараненко О. Київ: IREX, 2022. URL: https://filter.mkip.gov.ua/wp- content/uploads/2022/02/lde_cj_podcast-1.pdf (дата звернення: 12.04.2025).

22. Медійна грамотність. Поради та практичні навички. URL: http://1.zosh.zt.ua/medijna-gramotnistporady-ta-praktychni-navychky/ (дата звернення: 12.04.2025).

23. Мірошниченко П. В., Гороховський О., Мельникова-Курганова О., Островська Н. Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів. Київ: ГО «Центр аналітики і розслідувань», 2020. 79 с.

24. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проектами / за заг. ред. Л. В. Ноздріної. Київ: ЦНЛ, 2010.

25. П'ять ключових принципів медіаграмотності (візуалізація). URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/17075/2016-07-25-pyat- klyuchovykh-pryntsypiv-mediagramotnosti-vizualizatsiya/ (дата звернення: 12.04.2025).

26. Практична медіаграмотність: посібник для бібліотекарів. URL: https://aup.com.ua/books/mbm/ (дата звернення: 12.04.2025).

27. Соціальна медіаграмотність: п’ять ключових принципів. URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/12500/2015-02-03-sotsialna- mediagramotnist-pyat-klyuchovykh-pryntsypiv/ (дата звернення: 12.04.2025).

28. Тренди дезінформації та пропаганди в соціальних медіа півдня України за5 місяців війни. URL: https://izbirkom.org.ua/publications/medialiteracy/2022/trendi- dezinformaciyi-ta-propagandi-v-socialnihmedia-pivdnya-ukrayini-za-5- misyaciv-vijni/ (дата звернення: 12.04.2025).

29. Харитоненко О. І. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітектоніки в журналістиці: зміст, різновиди, сучасні інтерпретації. Сучасний масмедійний простір: реалії та перспект. розв. Вінниця, 2018. С. 243-250.

30. Хігні Дж. Основи управління проєктами / пер. Я. Машико. Київ: Фабула, 2020.

31. Євменова О. К., Дубровна Т. І. Лонгрід як новітній жанр журналістики. Освіта, наука та виробництво: розвиток і перспективи. Суми: СДУ, 2017. С. 63.

32. Індекс медіаграмотності українців 2021. Детектор Медіа. URL: https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeksmediagramotnosti-ukraintsiv-doslidzhennya/ (дата звернення: 12.04.2025).

33. Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. Київ: IREX, 2021. 400 с. URL: https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/04/l2de_online_curriculum_6s_8-1.pdf (дата звернення: 12.04.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Покликання на опублікований лонгрід