

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 12 травня 2026 р.)
В.о завідувач кафедри _____ Роман ШУЛИК

Кваліфікаційна робота у формі медіапроекту
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
на тему: «Особливості планування та реалізації лонгріду про
особливості комунікації в межах практики меморіалізації та висвітлення
теми полону в Україні»

Виконала студентка 4 курсу, групи Ж-41
Спеціальності 061 «Журналістика»
Грищенко Іванна Миколаївна

Керівник – старший викладач, кандидат
філологічних наук
КРИЛОВЕЦЬ Наталія Володимирівна

Рецензент – професор, доктор філологічних наук
ЯНКОВСЬКА Жанна Олександрівна

Острого, 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ	
МЕДІАПРОЄКТУ	14
1.1 Обґрунтування вибору проблематики медіапроєкту	14
1.2 Проблематика медіапроєкту в джерелах та літературі	18
1.3 Формати та практичні кейси з вирішення окремих аспектів проблематики медіапроєкту	20
1.4 Обґрунтування вибору формату медіапроєкту	24
1.5 Класифікація медіапроєкту	26
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2 ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ	
МЕДІАПРОЄКТУ	29
2.1 Управління змістом медіапроєкту.....	29
2.2 Управління часом у медіапроєкті.....	32
2.3 Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту.....	35
2.4 Управління вартістю медіапроєкту	37
2.6 Управління ризиками медіапроєкту.....	39
2.7 Управління командою медіапроєкту.....	40
2.8 Управління комунікаціями медіапроєкту.....	42
2.9 Моніторинг виконання медіапроєкту	43
Висновки до розділу 2	44
РОЗДІЛ 3	
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ	46
3.1 Проблеми з практичною реалізацією проєкту	46
3.2 Особливості реалізації медіапроєкту	47
3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації медіапроєкту	50
Висновки до розділу 3	52

ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	57
ДОДАТКИ.....	62

ВСТУП

Проблематика та актуальність дослідження комунікацій про полонених та зниклих безвісти в Україні є однією з найбільш чутливих і водночас критично важливих для сучасного суспільного. Медіа й міжнародні організації постійно висвітлюють факти порушень міжнародного права з боку Російської Федерації, включно з катуванням, жорстоким поводженням та систематичним нехтуванням прав українських полонених. Так, міжнародні звіти Моніторингової місії з прав людини та дослідження ООН документують численні випадки насильства над військовополоненими та цивільними, які перебувають у російському полоні, [24]. Контекст цих порушень є критичним. Станом на 2025–2026 роки тисячі українців залишаються в полоні та утримується у жорстких умовах [20].

Водночас російська сторона відмовляється від обмінів [16], що призводить до тривалого утримання людей та зростання психологічного тиску на родини, які щодня живуть у стані невизначеності [6]. Дослідження, яке систематизує ці дані та аналізує медіа-аспекти комунікації, є необхідним для того, щоб суспільство могло отримувати достовірну та перевірену інформацію.

Актуальність дослідження також визначається соціальною функцією медіа. Комунікація про полонених виконує не лише інформаційну роль, а й формує емпатію та суспільну солідарність. Через медіа, соціальні мережі та публічні платформи люди отримують можливість усвідомити масштаби трагедій та підтримати родини. Кожна історія полоненого є індивідуальною, і лише системне висвітлення цих історій допомагає уникнути спрощення теми до статистичних показників.

Додатково, дослідження цієї тематики є критично важливим у плані меморіалізації та історичної пам'яті. Сучасна війна в Україні є однією з найбільш документованих у світі [9], але без структурованого і гуманного

підходу до комунікації існує ризик втрати індивідуальних історій та досвіду. Медіапроекти, що документують історії полонених та родин, фіксують порушення міжнародного права, системні порушення та наслідки війни для суспільства, формуючи суспільний наратив та зберігаючи пам'ять для майбутніх поколінь.

Необхідність дослідження цієї тематики також обґрунтовується міжнародними аспектами. Висвітлення фактів порушення прав полонених і відсутності належних обмінів дозволяє Україні та світовій спільноті здійснювати контроль і реагування, документувати злочини та формувати політику щодо захисту прав людини в умовах війни. Крім того, подібне дослідження створює базу для розробки практичних рекомендацій для медіа, громадських організацій і державних структур щодо етичного, безпечного та відповідального поширення інформації.

Таким чином, дослідження теми полону та зниклих безвісти є надзвичайно важливим і необхідним. Воно забезпечує поєднання інформаційної функції з гуманістичною, дозволяє документувати факти порушень міжнародного права, підтримує родини полонених, формує емпатичну та відповідальну позицію суспільства і закладає основу для збереження історичної пам'яті та культурного наративу сучасної війни в Україні.

Однією з ключових проблем в українському інформаційному просторі, яка вирішується в медіапроекті є відсутність зрозумілих, етичних та структурованих підходів до комунікації про полонених, безвісти зниклих та примусово затриманих. Попри високу суспільну чутливість теми, значна частина медіа, бізнесів, громадських ініціатив та окремих користувачів соціальних мереж не має достатнього розуміння того, як коректно висвітлювати питання полону, не завдаючи шкоди їх родинам що чекають, не поширюючи неперевірену інформацію та не створюючи додаткових ризиків для самих полонених.

Основними причинами виникнення цієї проблеми є кілька взаємопов'язаних чинників. Насамперед, це недостатня доступність достовірної інформації про українців, які перебувають у полоні, зникли безвісти або, тих що були примусово затримані. Як вже наведено вище російська сторона порушує норми Третьої Женевської конвенції, не надає повних списків, інформації про стан та місцезнаходження полонених [5]. А це ускладнює роботу державних органів та гуманітарних організацій, які б мали вести комунікацію. Також недостатньо систематизованих матеріалів, які б пояснювали принципи етичної комунікації про полон. Більшість людей не розуміє контексту міжнародного гуманітарного права, правил висвітлення теми полону, ризиків та переваг публічності. Додатковою причиною є емоційність теми та високий рівень суспільної травматизації, через що комунікація часто будується на емоційних реакціях. Також важливим чинником є активне поширення російської пропаганди та інформаційно-психологічних операцій, які використовують тему полону для маніпуляцій, дискредитації української сторони та створення дезінформації [18]. Водночас багато представників бізнесу, локальних медіа, блогерів чи громадських ініціатив уникають висвітлення теми полону через страх або вважають, що можуть її уникати через свої цінності.

Наслідки цієї проблеми мають як інформаційний, так і соціальний характер. Через відсутність чітких комунікаційних орієнтирів тема полону часто залишається недостатньо висвітленою. Це призводить до поверхневого сприйняття суспільством масштабів проблеми, зменшення емпатії та недостатнього рівня підтримки родин полонених та безвісти зниклих. Неправильна комунікація також може травмувати родини, створювати ризики для самих полонених та підсилювати поширення дезінформації. У результаті в інформаційному просторі формується фрагментарний та хаотичний дискурс, у якому бракує єдиних принципів і відповідального підходу до теми.

І головне – наші співгромадяни досі в полоні і підняття цього дискурсу впливає на їх умови перебування та звільнення. Або навпаки зашкодити [20].

Медіапроект спрямований на вирішення цієї проблеми шляхом створення доступного лонгріду, який міститиме чіткі пояснення, рекомендації та практичні принципи комунікації про полон. Основна ідея полягає у тому, щоб будь-яка людина — журналіст, представник бізнесу, громадської організації або користувач соціальних мереж — могла ознайомитися з матеріалом та зрозуміти, як правильно говорити про полонених, уникаючи помилок та дотримуючись етичних стандартів. Ключовою метою проекту є розширення кількості людей та інформаційних майданчиків, які комунікують про тему полону, формуючи у суспільстві емпатію, обізнаність та стале висвітлення цієї проблематики. Таким чином, медіапроект має не лише інформаційну, але й освітню та соціальну функцію, сприяючи формуванню відповідальної культури суспільної комунікації щодо полонених та безвісти зниклих в Україні.

Для реалізації медіапроекту був обраний саме формат лонгріду. На відміну від коротких інформаційних матеріалів, лонгрід дозволяє комплексно розкрити контекст проблеми, пояснити ключові принципи комунікації, надати приклади та структуровані рекомендації для різних аудиторій. Формат передбачає послідовне ознайомлення читача з темою: від пояснення масштабів проблеми, чому важливо говорити про полон та суспільного значення до практичних порад щодо безпечного висвітлення полону в соціальних мережах та публічному просторі. Такий підхід є необхідним, оскільки ефективна комунікація неможлива без глибокого усвідомлення контексту та особливостей теми.

Крім того, лонгрід забезпечує поєднання тексту (надання історичного контексту), статистики (висвітлення статистики щодо порушення міжнародного права та кількості полонених та зниклих безвісти), візуальних елементів (приклади дописів та комунікації), історій та аналітичних матеріалів

(надання аналітики з висновками комунікації), що сприяє і глибшому емоційному залученню аудиторії, і кращому сприйняттю інформації, і наданню одразу референсів для повторення. Варто зазначити що у медіапроекті поєднано декілька типів лонгріду: реконструктор та аналітика. Такий формат дозволяє не лише інформувати, але й формувати суспільну відповідальність та спільне розуміння етичних підходів до комунікації про полонених та безвісти зниклих.

Також формат лонгріду дозволяє у подальшому переформатовувати його під інші типи контенту: гайди, буклети, каруселі у соціальні мережі, щоб висвітлювати зібрану інформацію на різних платформах для різних цільових аудиторій.

Таким чином, структура та формат роботи забезпечує логічне висвітлення теми від контексту та теоретичного обґрунтування до практичних рекомендацій і висновків, що дозволяє читачеві зрозуміти не лише проблематику, а й способи її ефективного вирішення. Отже, використання формату лонгріду відповідає як освітній, так і соціальній меті проєкту, забезпечуючи системне та доступне висвітлення складної теми.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному підході до аналізу та реалізації медіапроекту, що висвітлює тему полонених і зниклих безвісти в умовах сучасної повномасштабної війни в Україні. Поєднання теоретичного аналізу, статистичного дослідження та практичної реалізації лонгріду дозволило систематизувати методику етичної та безпечної комунікації про полонених у цифровому середовищі.

Особлива наукова новизна полягає у визначенні ефективних форматів медіа-контенту, які поєднують аналітику, історії людей та візуалізацію, що дозволяє аудиторії сприймати складну й емоційно чутливу тему. Дослідження включає аналіз міжнародного досвіду, оцінку впливу комунікацій на формування суспільної свідомості, а також адаптацію цього досвіду до умов

українського медіа-простору, що характеризується високим рівнем ІІСО та пропаганди.

Наукова новизна також проявляється у розробці практичних рекомендацій щодо організації комунікацій про полонених і зниклих безвісти, що підтверджується методикою тестування контенту на етичні нормами подання інформації та формуванням інтегрованого наративу через онлайн інструменти. Це дозволяє забезпечити достовірність, ефективність та безпеку медіапроєкту і може стати методичною основою для подальших досліджень у сфері кризової комунікації, інформаційної безпеки та гуманітарних медіапрактик.

Таким чином, проведене дослідження робить внесок у розвиток сучасних підходів до медіа-комунікацій у кризових умовах, а його результати мають практичну значущість для комунікаційників, журналістів, медіаорганізацій, громадських структур та державних інституцій, бізнесу та особистостей.

Мета медіапроєкту «Лонгрід про особливості комунікації в межах практики меморіалізації та висвітлення теми полону в Україні» полягає у створенні доступного та практичного інформаційного матеріалу, який пояснюватиме контекст комунікації про полон, розповідатиме чому це важливо та допомагатиме різним аудиторіям відповідально, етично та усвідомлено висвітлювати тему полону та безвісти зниклих в інформаційному просторі.

Для реалізації мети було поставлено такі завдання:

- визначити контекст теми полону, безвісти зниклих та примусово затриманих в українському суспільному й інформаційному просторі;
- проаналізувати наявні практики комунікації державних інституцій, громадських організацій, медіа та ініціатив, які висвітлюють тему;
- прокласифікувати наявну інформацію та підходи до висвітлення тем, пов'язаних із військовополоненими та безвісти зниклими;

- охарактеризувати етичні, психологічні та безпекові аспекти комунікації про полон у медійному просторі;
- розробити та протестувати власні формати й підходи до створення контенту на тему полону з метою оцінки їхньої ефективності та релевантності;
- розробити лонгрід із практичними рекомендаціями та принципами комунікації про полонених і безвісти зниклих для комунікаційників та користувачів інформаційного простору.

Об'єктом дослідження є комунікація теми полону, безвісти зниклих та примусово затриманих осіб в українському інформаційному просторі.

Предметом дослідження є принципи, формати та етичні підходи до комунікації про полонених, безвісти зниклих і примусово затриманих осіб у межах медіапроєкту у форматі лонгріду.

Для реалізації медіапроєкту тему «Лонгрід про особливості комунікації в межах практики меморіалізації та висвітлення теми полону в Україні» ми використовували такі методи дослідження:

У процесі роботи було використано метод аналізу для дослідження наявних комунікаційних практик державних інституцій, медіа, громадських організацій та соціальних ініціатив, які висвітлюють тему полону. Метод синтезу використовувався для об'єднання теоретичних матеріалів, статистичних даних та медійних прикладів.

Метод класифікації дав змогу розподілити інформацію за окремими категоріями: військовополонені, безвісти зниклі та примусово затримані цивільні особи. Метод порівняння було використано для визначення відмінностей між корисними та тими, що шкодять прикладами висвітлення теми полону в медіа та соціальних мережах. Узагальнення застосовувалося для систематизації теоретичних джерел, статистики, документів та практик у сфері комунікації про полон. Також у роботі використовувався метод абстрагування для визначення ключових принципів і підходів до формування безпечної комунікації.

Крім теоретичних методів, у межах створення медіапроєкту були використані прикладні методи розробки лонгріду, до прикладу: створення структури матеріалу та тестування окремих форматів контенту. Практична частина проєкту включала підготовку текстових матеріалів, аналіз реакції аудиторії на окремі комунікаційні формати та розробку рекомендацій щодо висвітлення теми полону в інформаційному просторі.

Під час реалізації медіапроєкту було здійснено аналіз наявних практик комунікації та меморіалізації теми полону в Україні, систематизовано та класифіковано різні формати контенту, що використовуються для поширення інформації про полонених та підтримку їхніх родин. Це дозволило не лише виявити ефективні комунікаційні формати, але й окреслити труднощі, пов'язані з етичними, безпековими та психологічними аспектами роботи з чутливою інформацією.

Наукова та практична значущість роботи, у тому що результати проєкту можуть бути використані для підвищення ефективності комунікацій у сфері гуманітарної та громадської роботи, у навчальних і дослідницьких матеріалах для комунікаційників та журналістів, а також у роботі громадських організацій і державних структур для розробки етичних і безпечних форматів подачі інформації про полонених. Але в першу чергу, ми б хотіли, щоб лонгрід став гайдом для комунікаційників, СММ, копірайтерів, власників бізнесів, просторів, громадських організацій, громад і для кожного користувача, що може публічно проявляти свою активність. Лонгрід і аналітичні матеріали проєкту забезпечують практичний інструмент для планування майбутніх кампаній, медіавиходів з нагадування про тему полону та формування суспільної пам'яті про події війни.

Результати медіапроєкту було апробовано під час XXXI наукової викладацько-студентської конференції «Дні науки» в Національному університеті «Острозька академія» (Острог, 11–15 травня 2026) з виступом на

тему «Планування та реалізація лонгріду про особливості комунікації в межах практики меморіалізації та висвітлення теми полону в Україні».

Структура та обсяг роботи відповідно до мети та поставлених завдань створення лонгріду складається з вступу, трьох основних розділів, які поділяються на підрозділи, загальних висновків та списку використаної літератури, що містить 32 позиції. Така організація матеріалу забезпечує послідовне та логічне розкриття теми, систематизацію інформації, комплексний аналіз проблематики та практичну реалізацію медіапроєкту.

Розділ I присвячено теоретичним засадам вибору ідеї та формату медіапроєкту. У ньому обґрунтовується проблематика комунікації про полонених та зниклих безвісти, аналізуються актуальні дані з українських і міжнародних джерел, наводиться статистика щодо полонених українців, їхніх родин і соціального впливу. Розглядаються міжнародні стандарти, нормативно-правові документи та етичні принципи висвітлення теми.

Розділ II висвітлює процес управління медіапроєктом. У цьому розділі описується планування проєкту, організація роботи команди, контроль ресурсів та якості матеріалів, управління ризиками та комунікаціями, а також моніторинг виконання завдань. Особлива увага приділяється тестуванню контенту, адаптації матеріалів до різних платформ і аудиторій, а також інтеграції офлайн- і онлайн-активностей для посилення ефективності комунікації. У розділі II ми демонстрували, як системний підхід до управління ресурсами та процесами забезпечує достовірність, етичність і безпеку при висвітленні чутливої теми.

Розділ III містить практичну реалізацію медіапроєкту. У ньому описано підготовку лонгріду, вибір форматів і типів контенту, структурування матеріалів та використання мультимедійних інструментів для підвищення залучення аудиторії. Розглянуто методи збору та перевірки інформації, роботу з інтерв'ю, історіями звільнених полонених і родин, а також аналіз ефективності контенту. Цей розділ показує інтеграцію практичних результатів

із теоретичними засадами, висвітлюючи, як інформаційні, етичні та психологічні аспекти впливають на комунікацію та формування суспільного наративу. Розділ також включає рекомендації щодо подальшого використання матеріалів у медіа, соціальних мережах, освітніх та проектах.

Завершує роботу блок загальних висновків, які підсумовують результати теоретичних і практичних досліджень, підкреслюють актуальність і соціальну значущість медіапроєкту, а також демонструють, як важливо забезпечувати формування етичної, безпечної та ефективної комунікації про полонених і зниклих безвісти.

Список використаних джерел містить 32 позиції і охоплює нормативно-правові документи, наукові публікації, звіти міжнародних організацій та електронні ресурси, новини, статті, коментарі, інтерв'ю що забезпечує обґрунтованість дослідження та дозволяє відтворювати методику роботи в подальших медіапроєктах.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ МЕДІАПРОЄКТУ

1.1 Обґрунтування вибору проблематики медіапроєкту

Тема полону та зниклих безвісти українців поєднує правовий, соціальний, психологічний та медійний виміри в контексті повномасштабної війни є надзвичайно актуальною та комплексною. Саме через складність цих аспектів виникає необхідність дослідження, щодо того, як ми як суспільство говоримо про полон в інформаційному просторі.

Першою проблемою є недостатня прозорість та неповнота даних про полонених і зниклих безвісти.

Станом на 2025-2026 роки оприлюднені такі дані:

- 7 тисяч українців перебувають в російському полоні. [20]
- В Україні розслідують 92 тисячі справ про зниклих безвісти. [3]
- Щонайменше 109 полонених українських військовослужбовців були страчені. [24]
- Примусово затримані у росії понад 16 тисяч цивільних громадян України. [23]

До того ж, варто підкреслити, що наведені дані є орієнтовними, адже російська сторона систематично порушує норми Третьої Женевської конвенції та не надає повні реєстри полонених. А також щоб розширити свій обмінний фонд росія бере в заручники та утримує цивільних громадян, що заборонено міжнародним правом [5], [10].

За статистикою моніторингу, документуванню та публічних доповідей Моніторингової місії ООН із прав людини в Україні:

- 96% – 697 із 725 звільнених українських військовополонених, із якими були проведені конфіденційні бесіди, повідомили про катування або жорстоке поводження під час перебування в російському полоні на різних етапах

їхнього інтернування – 84% – 321 із 380 звільнених цивільних осіб, з якими проводили конфіденційні бесіди співробітники УВКПЛ, надали свідчення про катування та жорстоке поводження [24].

Другою проблемою є психологічний тиск та стан «невизначеної втрати» у родин полонених, що часто супроводжується психопатологічними станами, зокрема тривожністю, депресією та посттравматичним стресовим розладом. На Рисунку 1 візуалізовно частоту та прояви емоцій та симптомів, що відчувають люди, які проживають невизначену втрату.



Рис. 1. Візуалізація частоти вживання симптомів невизначеної втрати у наукових джерелах [6].

І цих родин, що щодня переживають такі стани, можемо припустити за статистикою вище, більше 100 тисяч. Відтак питання організації комунікації щодо полонених набуває особливої значущості для медіа, гуманітарних організацій, бізнесів, лідерів думок та державних інституцій.

Тема болюча і страшна, але це реальність якій українці живуть щодня.

Третьою проблемою є дефіцит якісного, етичного та доступного медійного контенту, який би висвітлював тему полону в Україні. Загалом, ми все ще замало говоримо про полон. Неправильний або сенсаційний підхід до

висвітлення теми може травмувати родини, дезінформувати громадськість та створювати емоційне відчуження, тоді як етична і системна комунікація сприяє емпатії, суспільній підтримці та соціальній відповідальності.

Сучасні канали комунікації, включно з соціальними мережами та медіа, формують сприйняття подій, від точки зору до спонукання діяти. Але говорити про складні теми вимагає багатьох знань. Недоречний тон або сенсаційне подання можуть травмувати родини та аудиторію, тоді як етичний та гуманний підхід сприяє формуванню підтримки та емпатії.

Четвертий виклик полягає у меморіалізації та збереження історичної пам'яті. Інформація про полонених не може зводитися до статистичних даних, як це було в різних країнах у Другу світову війну [30]. Кожна особа має власну історію, родину, плани на майбутнє. Від того, як ми говоримо про полон, залежить, чи сприйме суспільство тему як абстрактні цифри, чи емпатуватиме та відчуватиме соціальну відповідальність та бажання діяти.

Війна в Україні є однією з найзадокументованіших у сучасній історії [9], і наше завдання поширювати достовірну інформацію про злочини РФ, запобігаючи маніпуляціям, ПСО та російським версіям через її пропагандистські канали.

П'ятою проблемою є необхідність забезпечення безпеки під час комунікації, адже поширення недостовірних або неконтрольованих даних може наразити полонених на додатковий ризик. Російська сторона систематично ігнорує міжнародне право та використовує інформацію про утримуваних осіб як інструмент тиску, що вимагає ретельного вибору форматів, каналів і меседжів у медіапроекті. Важливо розуміти, як саме інформація про полонених та зниклих безвісти поширюється, як ми про це розповідаємо, щоб забезпечити збереження пам'яті та водночас не наразити на ризик, тих, хто досі в полоні.

Також як вже зазначалось вище, говорити про полон дуже важливо, тема полону охоплює широкий спектр цільових аудиторій та має безпосередній

вплив на емоційний стан багатьох людей, що робить його актуальним і необхідним для дослідження.

У першу чергу, як писалось вище, це стосується сімей, які чекають на повернення своїх рідних. Створення медіаматеріалів, які інформують, нагадують про, тих хто в полоні, зниклий безвісти чи примусово затриманий, дозволяє таким родинам відчувати, що їх близьких пам'ятають, а їхні переживання розділяє суспільство. Тому важливо публікувати матеріали в яких висловлюється підтримка рідним [24].

Також медіапроект є важливим, для тих, хто вже повернувся з полону. Для них публічні матеріали створюють простір, у якому можна говорити про власний досвід, нагадувати за побратимів, що досі в полоні та взаємодіяти з громадськістю. Це підтверджують інтерв'ю зі звільненими військовослужбовцями Азовсталі: Анатолій «АРН» Міхеєв казав: «Коли ми знаходились в полоні, ти знаходишся в повній ізоляції. Ти не знаєш, що відбувається в світі, ти повністю замкнений, в замкнутому колі, в камері. Ти знаходишся, вас 8 чоловік, і ви просто бачите день-ніч-день-ніч і постійні тортури. А тут я приїжджаю з полону і мені кажуть «Ти знаєш, що тебе тут так підтримують, вас чекають?» і мені просто дівчата показували відео в інтернеті, як проходять акції, мітинги, «Azovstal families». Я думаю «Ого». Раніше просто за слово «Азов» банили, а тут тепер нас весь світ чекає» [8]. Подібні висловлювання демонструють емоційний і психологічний ефект висвітлення та надання простору для розмови на тему полону. А також підтверджують, що суспільство пам'ятає.

Третя група, для якої комунікація про полон має критичне значення, – це ті, хто досі перебуває у полоні. Правильне висвітлення інформації у медіа може впливати на умови їхнього утримання, зменшувати ізоляцію та створювати міжнародний тиск. Відповідні публікації у міжнародних та національних медіа, а також доповіді організацій, таких як Офіс Верховного

комісара ООН з прав людини, підкреслюють системні порушення прав полонених у російському полоні, катування та відмову в обмінах [24]

Медіапроект також має значення для широкого кола цільових аудиторій: громадськості, журналістів, комунікаційників, лідерів думок, власників бізнесу, освітніх та гуманітарних організацій. Своєчасне, достовірне та етичне висвітлення проблематики полону формує суспільну відповідальність, емпатію та розуміння складності ситуації, що, у свою чергу, впливає на формування медіанаративів, які протидіють дезінформації та пропаганді російської федерації [26]. Це забезпечує як внутрішню консолідацію громадян, так і міжнародний ефект, впливаючи на дипломатичні процеси, міжнародну політику та позицію України на глобальній арені.

Виходячи з цього, можемо зробити висновок, що дослідження цієї тематики є необхідним і суспільно важливим. Комунікація про полонених є не лише інформаційним завданням, а й обов'язком, практикою соціальної відповідальності. Вона формує спосіб, у який суспільство пам'ятає тих, хто в полоні чи безвісти зниклі, та як підтримує тих, хто повернувся, або чекає на повернення своїх близьких.

1.2 Проблематика медіапроекту в джерелах та літературі

У сучасних українських та міжнародних правозахисних звітах, наукових працях, документах державних інституцій і матеріалах громадських організацій активно піднімається тема військовополонених, безвісти зниклих та примусово затриманих осіб. Значна частина джерел присвячена дотриманню норм міжнародного гуманітарного права, документуванню воєнних злочинів, психологічним наслідкам перебування у полоні та особливостям комунікації у медіа.

За даними Моніторингової місії ООН з прав людини в Україні, більшість звільнених військовополонених повідомляли про систематичне катування та жорстоке поводження під час утримання у російському полоні [24].

Координаційний штаб з питань поводження з військовополоненими підтверджує, що російська сторона не надає повні списки утримуваних осіб та використовує цивільних громадян як заручників [3].

У науковій літературі підкреслюється, що інформація про полонених не може зводитись до сухої статистики. Кожна особа має власну історію, родину та плани на майбутнє, а спосіб комунікації впливає на сприйняття теми суспільством, формуючи емпатію та соціальну відповідальність [30]. Аналіз досвіду міжнародних конфліктів показує, що медіа та публічні звіти про полонених сприяють захисту прав людини, мобілізують громадську увагу та створюють умови для міжнародного тиску на державу-агресора.

У межах медіапроєкту використовуються ключові поняття: «військовополонений», «безвісти зниклий», «примусово затримана цивільна особа», «невизначена втрата», «етична комунікація», «меморіалізація» та «інформаційна безпека». Їхнє включення у дослідження дозволяє чітко визначити рамки теми та стандартизувати підхід до висвітлення матеріалів у медіа.

Дослідження психологічних наслідків перебування у полоні підкреслює важливість емоційного аспекту комунікації: родини та близькі переживають постійну невизначеність і високий рівень тривожності, а медійна підтримка та достовірні повідомлення здатні знижувати психологічний тиск [6].. Також медіаматеріали дають можливість звільненим особам висловити власний досвід та бути почутими, що сприяє психологічній реабілітації та відновленню соціальних зв'язків [31].

Медіа й соціальні мережі формують суспільне сприйняття теми полону, впливають на суспільну думку та міжнародні процеси. Якісні матеріали допомагають протидіяти російській дезінформації та ІФСО, сприяючи міжнародній підтримці України та привертаючи увагу дипломатичних і правозахисних структур [26].

Таким чином, проблематика медіапроєкту підтверджується численними українськими та міжнародними джерелами. Вона включає не лише фіксацію порушень міжнародного гуманітарного права, але й психологічний, етичний і комунікаційний аспекти. Лонгрід у цьому контексті дозволяє системно та послідовно висвітлювати тему, інтегруючи статистику, аналітику, історії людей, інтерв'ю та візуальні матеріали, що робить його ефективним інструментом для широкого кола аудиторій — від родин полонених до комунікаційників, медіа та міжнародних організацій.

1.3 Формати та практичні кейси з вирішення окремих аспектів проблематики медіапроєкту

У сучасному медіапросторі тема полону та безвісти зниклих висвітлюється через новинні матеріали, соціальні кампанії, інтерв'ю та спеціалізовані цифрові проєкти. А також діяльністю асоціацій родин полонених, засуджених чи зниклих безвісти, правозахисних організацій та інформаційні кампанії державних структур.

Для ефективного висвітлення теми полонених маркетингові та медіапрактики використовують різні формати комунікації, які поєднують етичну комунікацію, безпеку та меморіалізацію. Нижче — аналіз ключових форматів і конкретних кейсів з українського контексту.

По-перше, важливо відзначити роль комунікації сімей захисників «Азовсталі» [1]. У червні 2022 року сім'ї та близькі військовослужбовців, які опинилися в російському полоні після тривалого бою за Маріуполь, об'єдналися у громадську організацію — Асоціацію родин захисників «Азовсталі». Головним завданням якої є висвітлення проблем із порушення міжнародних прав, організації підтримки родин, а також привернення уваги суспільства та міжнародних партнерів до теми полону. Організація використовує соціальні медіа, публічні виступи та акції як канал комунікації,

що дозволяє формувати ширшу громадську підтримку та тримати тему в полі уваги [33].

Варто зазначити, що саме їх робота з комунікаціями стала найбільшим прикладом для створення контенту в рамках медіапроєкту. Асоціацію родин захисників «Азовсталі» використовує абсолютно різні підходи від офіційних заяв, історій сімей, медійних компаній до колаборації з брендами для підтримки родин.

Одним із важливих форматів присутності теми у медіапросторі стало проведення акцій родин полонених у різних містах України. Присутність на таких заходах значної кількості громадян з плакатами та символікою сприяла приверненню уваги медіа до теми, посиленню суспільного резонансу та створенню платформ для висловлення позицій родин безпосередньо [21].

Другим практичним форматом є інтерв'ю та розповіді звільнених із полону захисників. Вони дозволяють не лише представити факт повернення, але й глибше відтворити пережитий досвід, що має важливе значення для суспільного розуміння теми. Це одночасно і простір, де людина може поділитися своїми спогадами, розповісти про реальні умови утримання в полоні та одночасно дозволяє показати суспільству реальність. До прикладу, у медіапросторі з'явилися інтерв'ю з колишніми бійцями «Азовсталі», які детально розповідають про шлях до полону, умови утримання та психологічні наслідки пережитого. Такі формати розкривають не лише фактичний контекст подій, а й досвід людей, що дає можливість читачам та глядачам краще зрозуміти порушення прав людини в полоні й усвідомити, що полонені, не просто категорія, не цифри, це люди, яких потрібно повернути [26].

Поряд із персональними свідченнями, записи та публікації самих звільнених військовослужбовців у соціальних мережах також стали джерелами для комунікаційних форматів. Наприклад, звільнений з полону парамедик із «Азовсталі» через власний акаунт розмістив допис, де висловив

вдячність за підтримку та роздуми про єдність суспільства після повернення [22].

Важливим джерелом для формування контентних блоків у межах проєкту були офіційні заяви та комунікація від державних органів та Координаційного штабу. Координаційний штаб із поводження з військовополоненими в Україні на регулярній основі звітує про обміни та повернення полонених, зазначає кількість визволених і детально фіксує ці події для публічного доступу. Такі звіти стають базовою інформацією для фактів у медіапроєкті, водночас дозволяють уникати дезінформації. Також саме рекомендації, які надає Координаційний штаб найбільше важили під час складання принципів комунікації.

З іншого боку, комунікація Координаційного штабу також має складний характер: офіційні представники не завжди можуть реагувати на емоційні вимоги громадськості, а самі теми обміну та звільнення часто виважено коментуються як чутливі і такі, що потребують обережного підходу [31]. Це пов'язано із забезпеченням, у першу чергу, безпеки тим, хто досі в полоні та усунення ризиків.

Також ми визначили та вивчили рекомендації галузових організацій, спільнот та етичні гайдлайни, методички, чек-листи, інфографіки для журналістів та медіа.

- ІМІ (Інститут масової інформації) – аналіз медіа висвітлення теми полонених із практичними порадами для журналістів [26].
- Конгрес журналістів України (КЖЕ) – рекомендації щодо підготовки матеріалів про безвісти зниклих осіб (квітень 2026) [15].

Ця інформація також стала однією з основних для створення меседжів та контенту перед тестуванням.

У Таблиці 1. нижче проаналізовано та окреслено типи контенту та формати висвітлення теми полону за ключовими критеріями: емоційна залученість, безпека даних, етичність, доступність, поширення. Ця таблиця дає

зрозуміти які формати найкраще закривають ту чи іншу потребу та відповідають певній цілі.

Таблиця 1. Порівняння форматів за ключовими критеріями

Критерій	Лонгріди	Відео	Платформи даних
Емоційна залученість	Висока	Дуже висока	Низька
Безпека даних	Середня	Середня	Висока
Етичність	Висока	Середня	Висока
Доступність	Середня	Висока	Середня
Поширення	Висока	Висока	Середня

Критерій	Гайдлайни	Інтерв'ю	Соцкампанії
Емоційна залученість	Низька	Дуже висока	Дуже висока
Безпека даних	Висока	Низька	Висока
Етичність	Дуже висока	Висока	Середня
Доступність	Висока	Висока	Висока
Поширення	Висока	Середня	Дуже висока

Загалом формати комунікацій – від громадських акцій та організації інформаційних кампаній родинами до інтерв'ю звільнених із полону та офіційних звітів координаційних структур – демонструють комплексний

підхід до вирішення проблематики висвітлення теми полону. Аналіз таких медіавиходів показує, що ефективна комунікація потребує поєднання аналітичної інформації, пояснення контексту, особистих історій та етичних рекомендацій для аудиторії. Такий формат дозволяє поєднати особисті, суспільні та інституційні нарати, що зміцнює довіру до контенту і сприяє системному відображенню теми в медіапросторі.

1.4 Обґрунтування вибору формату медіапроєкту

Для реалізації медіапроєкту про комунікації про полонених та зниклих безвісти українців, був обраний формат лонґріду. Такий вибір обумовлений його можливостями для комплексного викладу інформації, поєднання теоретичного, аналітичного та практичного матеріалу, а також адаптації під різні типи аудиторій. На відміну від коротких повідомлень або новинних матеріалів, лонґрід дозволяє послідовно висвітлити проблему, забезпечуючи розуміння контексту, історичних, соціальних та психологічних аспектів теми полону.

Структура даного лонґріду була побудована відповідно до логіки роботи дослідження та послідовності розділів. На початку подається контекст проблеми, що включає історичні, нормативно-правові та соціальні аспекти полону, відкрита статистика щодо полонених та зниклих безвісти, а також міжнародні стандарти. Це дозволяє читачеві зрозуміти масштаб проблеми, важливість комунікації та потенційні наслідки для родин полонених, тих, хто повернувся з полону, і громадськості загалом. Такий вступний блок є фундаментом для подальшого сприйняття матеріалу та створює основу для етичного та обґрунтованого висвітлення теми.

Далі в лонґріді описані ключові аспекти комунікації, які були визначені під час практичної реалізації медіапроєкту. Для кожного аспекту надано приклади тестованого контенту та сформовані меседжі, обрані як найбільш релевантні та ефективні для донесення інформації до різних цільових

аудиторій. Така структура та сам формат лонгріду дозволяє забезпечити послідовне ознайомлення з матеріалом: читач спочатку отримує загальне уявлення про проблему, далі ознайомлюється з рекомендаціями щодо безпечної і етичної комунікації, а наприкінці – з практичними прикладами та аналітикою та висновками.

Також перевагою лонгріду була можливість включення та опису практичних кейсів, що демонструють використання різних форматів матеріалів: текстових блоків, інтерв'ю зі звільненими полоненими та їхніми родинами, цитат з офіційних джерел, візуальних елементів, інфографіки та прикладів постів у соціальних мережах. Поєднання таких форматів забезпечує глибше емоційне залучення читачів, підвищує інтерес до матеріалу та дозволяє краще засвоювати інформацію. Це особливо важливо для теми полону, де етичність, безпечне подання матеріалу та достовірність інформації мають ключове значення.

Важливо зазначити, що лонгрід у цьому проєкті поєднує кілька типів форматів: реконструкцію подій та аналітичний блок. Така комбінація дозволяє не лише інформувати про факти, а й у написанні лонгріду було дуже важливо донести контекст несправедливості і болю, тому необхідний був формат розлогої реконструкції, що власне і дозволяє використовувати у своїй структурі лонгрід. Це дозволяє формувати суспільну відповідальність, підвищувати рівень емпатії до родин, що чекають, підтримувати тих, хто повернувся з полону, та впливати на формування етичних стандартів. Крім того, лонгрід сприяє меморіалізації, документуванню та збереженню історії, що є важливим для формування суспільного наративу та протидії дезінформації і пропаганді.

Вибір формату лонгріду також обґрунтований його здатністю до подальшої трансформації у різні види контенту. На основі зібраної та структурованої інформації можна створювати навчальні матеріали, інфографіку, буклети, презентації, каруселі для соціальних мереж та інші

формати, адаптовані для різних платформ та аудиторій. Це підвищує практичну цінність проєкту та забезпечує ширше охоплення, дозволяючи донести матеріал до журналістів, комунікаційників, громадських організацій, бізнесу та лідерів думок

Таким чином, використання формату лонгріду ідеально відповідає структурі роботи: від контексту та теоретичного обґрунтування проблеми, через рекомендації до практичних аспектів реалізації медіапроєкту та аналізу ефективності контенту і висновків. Це забезпечує системне, логічне і доступне висвітлення складної теми, дозволяє читачеві зрозуміти проблематику, засвоїти ефективні способи комунікації та отримати практичні інструменти для відтворення подібного контенту у власних проєктах. Формат лонгріду, таким чином, є оптимальним рішенням для поєднання навчальної, просвітницької та практичної мети проєкту.

1.5 Класифікація медіапроєкту

Медіапроєкт у форматі лонгріду про комунікації про полонених та безвісти зниклих українців, можна класифікувати як довготривалий і багаторазовий медійний проєкт. Він передбачає систематичний збір і аналіз великої кількості джерел, опрацювання інтерв'ю, офіційних документів, правозахисних звітів, а також розробку практичних рекомендацій для різних аудиторій. Така структура дозволяє послідовно висвітлити проблематику полону, забезпечуючи логічний перехід від контексту і теоретичного обґрунтування до практичних кейсів та висновків.

За повторюваністю проєкт належить до багаторазових медіапроєктів, оскільки окремі матеріали можуть оновлюватися, доповнюватися новими даними та використовуватися для подальших інформаційних кампаній, аналітичних досліджень або освітніх програм. Кожен елемент лонгріду, від текстових блоків до аналітичних таблиць та візуальних матеріалів, висвітлює

окремий аспект проблематики полону, забезпечуючи комплексне охоплення теми.

За локалізацією проєкт має загальнонаціональний характер. Тема полону та безвісти зниклих українців є суспільно значущою для всієї країни, оскільки вона зачіпає безліч груп аудиторій, включаючи родини полонених, тих, хто повернувся з полону, громадські організації, комунікаційників, журналістів та широке коло громадян, зацікавлених у темах прав людини, безпеки та соціальної відповідальності.

За формою подачі інформації проєкт є комбінованим. Він поєднує текстові матеріали, аналітичні блоки, статистичні дані, цитати з інтерв'ю та візуальні елементи, що дозволяє забезпечити глибоке розуміння проблеми, її емоційний і соціальний контекст, а також практичні рекомендації щодо етичної комунікації у медіа та соціальних мережах.

За медіумом поширення проєкт належить до цифрових медіапроєктів, оскільки його основна реалізація відбувається в онлайн-просторі. Це дає можливість широкого охоплення аудиторії та інтерактивної взаємодії з матеріалами, одночасно забезпечуючи оперативне оновлення даних і інтеграцію нових матеріалів.

Таким чином, формат лонгріду дозволяє комплексно та послідовно висвітлити тему полону, поєднуючи аналітичні, документальні та візуальні елементи. Він забезпечує логічне розкриття проблематики, адаптоване до різних груп аудиторій, і дає змогу формувати суспільну свідомість, емпатію та етичне ставлення до теми, що є критично важливим у сучасних українських умовах.

Висновки до розділу 1

На основі аналізу актуальних статистичних даних, звітів міжнародних та національних організацій, а також медіа, я навела низку ключових проблем, які обґрунтовують необхідність проведення дослідження. Серед них –

недостатня прозорість та неповнота даних про полонених і зниклих безвісти, психологічний тиск на родини, дефіцит етичного медійного контенту, потреба в меморіалізації та збереженні історичної пам'яті, а також забезпечення безпеки при поширенні інформації. Ці проблеми підкреслюють високий рівень суспільної значущості медіапроєкту, оскільки ефективна комунікація у цьому контексті формує емпатію, соціальну відповідальність та підтримку родин полонених .

Розгляд практичних форматів та кейсів показав, що сучасний медіапростір забезпечує різні канали для донесення інформації: від публічних виступів родин військовополонених і діяльності асоціацій, таких як Асоціація родин захисників «Азовсталі», до інтерв'ю із звільненими з полону та офіційних заяв координаційних структур. Комплексне використання цих форматів дозволяє поєднувати аналітичні дані, історії людей, візуальні та текстові матеріали, що сприяє формуванню системної комунікації. Вибір формату лонгріду для медіапроєкту забезпечує можливість глибокого та послідовного викладу інформації, надання практичних рекомендацій і прикладів, а також адаптації матеріалів для різних аудиторій і платформ. Таким чином, дослідження теми полону є необхідним для розуміння того, як суспільство сприймає цю проблему, як формуються етичні стандарти комунікації та яким чином можна підтримати родини.

Висновки цього розділу підтверджують, що комплексний аналіз проблематики, поєднаний із вивченням практичних форматів висвітлення та медіакейсових прикладів, є ключовим для формування ефективної стратегії медіакомунікації щодо полонених, зниклих безвісти та примусово затриманих осіб. Цей підхід дозволяє забезпечити баланс між інформуванням суспільства, емпатією до родин полонених та дотриманням етичних та безпекових стандартів у поширенні чутливої інформації.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МЕДІАПРОЄКТУ

2.1 Управління змістом медіапроєкту

Проєкт проходив через декілька основних етапів: підготовчий, аналітичний, етап розробки та поширення контенту, етапу створення лонгріду.

На підготовчому етапі ми визначили тему та формат медіапроєкту, до того дослідивши актуальність проблематики та визначила основні цілі дослідження. Також на цьому етапі ми вивчили якомога більше інформації пов'язаної з темою полону, безвісти зниклих та примусово затриманих осіб. Від історичного контексту, інтерв'ю звільнених із полону та представників Координаційного штабу з питань поводження з військовополоненими до аналізу доступних статистичних даних, документів та публічних матеріалів державних структур і правозахисних організацій.

Аналітичний етап включав дослідження наукових джерел, Женевської конвенсії та інших правових документів, інформаційних матеріалів та статистичних даних Координаційного штабу з питань поводження з військовополоненими, Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини Дмитра Лубінця, моніторингової місії ООН з прав людини та виступів президента України Володимира Зеленського, медіа та Асоціації родин захисників «Азовсталі». На цьому етапі ми аналізували та «надивлювались» існуючі практики комунікації про полон, особливості подачі теми у медіапросторі, кількість та характер згадок про полонених і безвісти зниклих, а також рівень суспільної уваги до проблематики.

Паралельно з завершення аналітичного етапу проєкт перейшов до етапу розробки контенту для комунікації. Ми з командою координаторів акції-нагадування (що складається з авторики роботи – Грищенко Іванни, Мочаліної Лілії, Палій Анастасії, Адамської Віри та Адамської Софії) військовополонених в місті Острог створювали тестові комунікаційні

матеріали, публікували їх на сторінці Save Defenders Ostroh, ми аналізували їх ефективність та реакцію аудиторії на різні підходи до висвітлення теми полону. У межах цього етапу створювалися тестові комунікаційні матеріали та аналізувалася реакція аудиторії на різні підходи до висвітлення теми полону. Тестування дозволило оцінити ефективність окремих форматів подачі інформації, зрозуміти особливості сприйняття теми аудиторією та визначити найбільш підходящі та ті, що відгукуються комунікаційні підходи. На основі отриманих результатів формувалася структура майбутнього лонгріду та практичні рекомендації, які були включені до медіапроєкту.

Створення самого лонгріду включало написання текстових матеріалів, підбір та систематизація статистики, структурування блоків інформації та формування практичних рекомендацій щодо комунікації про полонених і безвісти зниклих, а також створення візуальних елементів.

На фінальному етапі ми перевіряли матеріали, зокрема на достовірність використаних джерел, редагувала текст, оцінювала логічність структури.

Дерево цілей проєкту

Головною метою медіапроєкту стало створення лонгріду, який пояснює загальні принципи етичної та безпечної комунікації про полонених та безвісти зниклих.

Для досягнення цієї цілі було визначено такі підцілі:

- дослідити контекст проблематики полону та особливості її висвітлення. Оскільки неможливо говорити про тему, не знаючи історичного контексту чи масштабу та не розуміючи доцільності використання різних термінів;
- проаналізувати існуючі комунікаційні практики. Важливо було зрозуміти «як про полон говорять вже?», особливо у розрізі комунікацій від Координаційного штабу з питань поводження з військовополоненими, Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини Дмитра Лубінця, Асоціації родин захисників «Азовсталі» та «Прапору Надії»;

- визначити загальні принципи комунікації. Поєднати рекомендації від представників державних структур, журналістів та запиту від сімей;
- створити та протестувати практичні рекомендації для аудиторії. Ми обрали створювати та аналізувати контент за принципами, про які написано в лонгрід, щоб дослідити наскільки реально працювати в таких рамках, як це відгукується в аудиторії та чи не буде кризових моментів;
- розробити лонгрід із практичними рекомендаціями та принципами комунікації про полонених і безвісти зниклих для комунікаційників та користувачів інформаційного простору.

Структура розбиття робіт (WBS) проєкту сформовано за функціональним принципом з п'яти основних блоків:

1. Підготовка проєкту, що включало в себе визначення теми, постановка мети та завдань, формування структури дослідження.
2. Дослідження проблематики: аналіз наукових та державних джерел, аналіз медіаматеріалів, збір статистичних даних.
3. Розробка контенту, створення та публікація тестових комунікаційних матеріалів, аналіз реакції аудиторії, формування рекомендацій щодо комунікації.
4. Створення лонгріду: написання текстів, структурація матеріалів, створення та додавання візуальних елементів, верстка статті.
5. Завершення проєкту, редагування, фінальна перевірка.

До основних робіт проєкту належали збір та аналіз, дослідження документів і матеріалів правозахисних та державних організацій, аналіз прикладів комунікації у медіа та соціальних мережах, створення власних інформаційних матеріалів, написання лонгріду та формування практичних рекомендацій для аудиторії. Окремим напрямом роботи стало тестування підходів до комунікації та аналіз реакції аудиторії на різні формати подачі інформації.

Взаємозв'язки між роботами:

Усі роботи проєкту мали послідовний взаємозв'язок, проведення дослідження та аналіз джерел стали основою для створення контенту, який тестувався. Оскільки війна досі триває і психологічні атаки та тиск з боку росії також, часто основні принципи корегувались задля безпеки, тих хто в полоні і відповідно тестувався контент за новими принципами. Розробка тестових матеріалів дозволила оцінити ефективність окремих комунікаційних підходів та адаптувати зміст проєкту до потреб аудиторії. Після завершення аналітичного та практичного етапів було створено фінальний текст лонгріду за висновками у всіх попередніх етапах.

Таким чином робота будувалась за принципом переходу від дослідження проблематики до практичної реалізації медіапроєкту та створення структурованого інформаційного продукту.

2.2 Управління часом у медіапроєкті

Визначення тривалості робіт у межах медіапроєкту здійснювалось враховуючи специфіку теми дослідження, динамічності інформації та необхідність постійного оновлення контексту через зміни, спричинені тим, що повномасштабна війна та полон досі тривають. Під час планування часових меж етапів використалось послідовне планування, але з паралельним виконання процесів. Такий підхід дозволив мені адаптувати реалізацію проєкту до змін інформаційного середовища та забезпечити актуальність матеріалів.

На першому етапі ми вивчали тему полону, безвісти зниклих та примусово затриманих осіб. Цей процес тривав ще до початку роботи над медіаматеріалом, оскільки це тема з якою ми постійно працюємо. У межах роботи над дипломною етап тривав орієнтовно один місяць (див. рис. 2) і включав дослідження міжнародних документів, статистичних даних, діяльності державних структур, правозахисних організацій, а також вивчення інформаційного контексту та правильних термінів.

Потім ми перейшли до аналітичного етапу (див. рис. 2), у межах якого здійснювався аналіз існуючих практик комунікації про полон у медіа, соціальних мережах та інформаційних кампаніях громадських організацій. Особливу увагу було приділено вивченню того, як різні аудиторії реагують на цю тему, які формати викликають найбільший суспільний відгук та які комунікаційні помилки найчастіше трапляються у публічному просторі.

Через постійні зміни інформаційного середовища етап аналітики частково відбувався паралельно з практичним тестуванням контенту. У створенні лонгріду було важливо не лише теоретично досліджувати принципи комунікації, а і перевіряти окреслені нами принципи на їх ефективність в інформаційному просторі.

УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ У МЕДІАПРОЄКТІ «ЛОНГРІД ПРО ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ В МЕЖАХ ПРАКТИКИ МЕМОРІАЛІЗАЦІЇ ТА ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ПОЛОНУ В УКРАЇНІ»

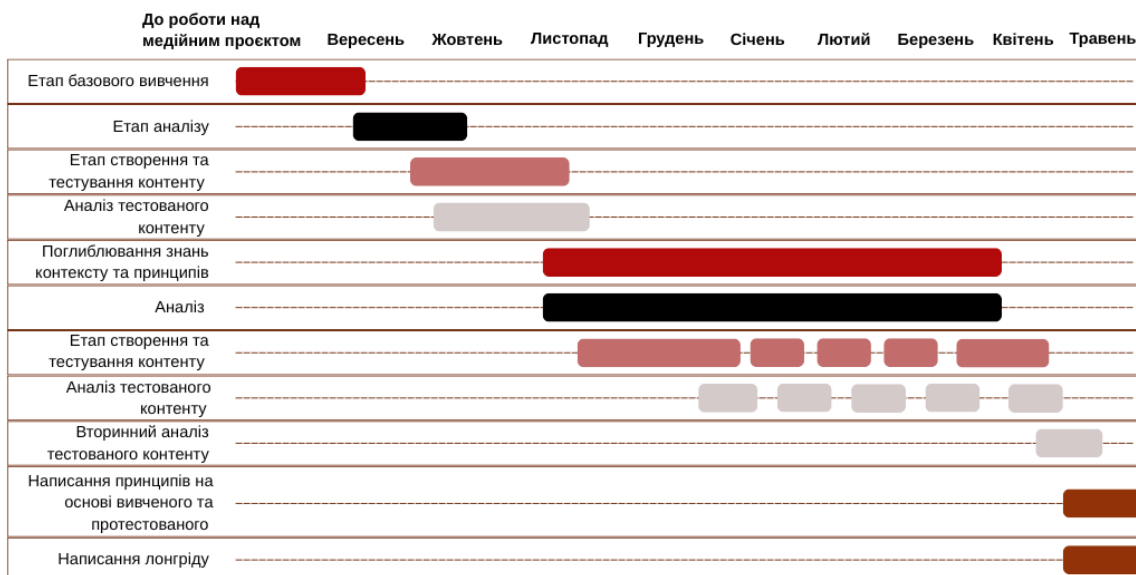


Рис. 2. Діаграма управління часом у медіапроекті

Вересень-Листопад 2025 проєкт йшов в межах поступового планування, але вже на етапі тестування контенту, ми з командою повертались до

циклічності вивчення-аналізу-тестування через зміну інформаційного поля. Пишучи «зміна інформаційного поля» ми маємо на увазі, що постійно змінюється російське ІПСО, статистичні дані та рекомендації від Координаційного штаб з питань поводження з військовополоненими (див. рис. 2).

Тому окремою особливістю визначення тривалості робіт стало те, що як і передбачалось, значна частина процесів не могла бути завершена одноразово. Повномасштабна війна триває, тому постійно була необхідність повторного аналізу інформації та оновлення окремих принципів комунікації. Зокрема, перед та після обмінного порочесу виникала потреба додатково прописувати безпекові нюанси. Щосезону змінюється суспільна напруга і варто було підбирати нові меседжі, аналізувати реакцію суспільства та коригувати підходи до висвітлення теми. Також одним з прикладів стала необхідність переосмислення окремих принципів комунікації для висвітлення пам'ятування трагедії з літаком Іл-76, коли частина повідомлень містила неперевірені або маніпулятивні дані з боку російської ІПСО. Тому попередньо потрібно було поглиблювати знання в історичному контексті та вивчати правила Женевської конвенції, щоб спиратись на них [11].

У зв'язку з цим аналітичний етап фактично повторювався кілька разів упродовж реалізації проєкту. Після кожного нового інформаційного приводу здійснювався додатковий аналіз, вивчалися реакції аудиторії та, за потреби, переглядалися окремі рекомендації щодо безпечної та етичної комунікації. Таким чином, частина робіт у межах медіапроєкту мала циклічний характер і передбачала постійне повернення до етапу аналізу та коригування контенту. Але це завжди було вивчення-аналіз-створення-тестування-прописання рекомендацій.

Також варто зазначати що аналіз тестованих меседжів та контенту відбувався у двох часових проміжках (див. рис. 2): за декілька днів після

публікації та при написанні самого лонгріду (в окремих публікаціях це від тижня до півроку після публікування).

Травень був виділений для написання та перевірки самого лонгріду. Важливо було почати роботу саме тоді, оскільки війна в активній фазі і протягом 9 місяців роботи над проєктом могли змінитись обставини та медіапроєкт втратив би свою актуальність.

2.3 Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту

Медіапроєкт створювався у межах навчально-практичної діяльності та не мав окремого фінансування, протягом його реалізації не здійснювалися закупівлі матеріально-технічних ресурсів, товарів або послуг.

Основними ресурсами проєкту стали людський ресурс команди, час, інформаційні джерела та партнерські медіаресурси, які були залучені до поширення контенту (див. рис. 3).

Структура ресурсів медіапроєкту формувалася за функціональним принципом та складалася з кількох основних категорій.

Першою категорією були людські ресурси, до яких належала авторка медіапроєкту (Грищенко Іванна) та команда Safe Defenders Ostroh (що складається з координаторок акцій-нагадувань за військовополонених та безвісти зниклих в місті Острог – Грищенко Іванни, Мочаліної Лілії, Палій Анастасії, Адамської Віри та Адамської Софії), що була залучена в проєкт на волонтерських засадах. До реалізації проєкту було залучено п'ять осіб, включно з авторкою медіапроєкту. В основному команда брала участь у генеруванні ідей, пошуку референсів та фактчекінгу інформації. Також важливо зазначити, що частина роботи команди, яка не включена в лонгрід – координація акцій-нагадувань за військовополонених, що також є основою комунікацій про полон в офлайн та онлайн середовищі. Основним ресурсом

цієї категорії став час команди, витрачений на дослідницьку та аналітичну діяльність.

Другою категорією ресурсів були інформаційні ресурси. У межах проекту було вивчено наукові джерела, міжнародні правові документи, статистичні дані, матеріали Координаційного штабу з питань поводження з військовополоненими та Моніторингової місії ООН з прав людини, правозахисних організацій, Асоціації родин захисників «Азовсталі», а також матеріали з українських медіа та соціальних платформ. Інформаційні ресурси стали для реалізації медіапроекту основою для формування аналітичної частини медіапроекту, створення контенту для практичних рекомендацій та перевірки достовірності інформації.

Окрему категорію становили медійні ресурси та партнерські платформи, які ми використовували для поширення контенту. У межах реалізації медіапроекту було створено низку постів у співавторстві з українськими медіа та інформаційними платформами, зокрема із медіа «Суспільне», локальними студенським радіо «OstRadio», студенським братством, Асоціацією родин захисників «Азовсталі» та іншими інформаційними ініціативами. Використання партнерських медіаресурсів дозволило забезпечити ширше розповсюдження інформації.

У межах реалізації медіапроекту закупівля товарів і послуг не здійснювалася. Проект реалізовувався виключно за рахунок власних ресурсів команди, використання безкоштовних цифрових платформ та партнерської інформаційної підтримки. Водночас основними витратами проекту стали часові витрати команди, пов'язані з дослідженням теми, аналізом комунікаційних практик, створенням контенту та його поширенням у медіапросторі.

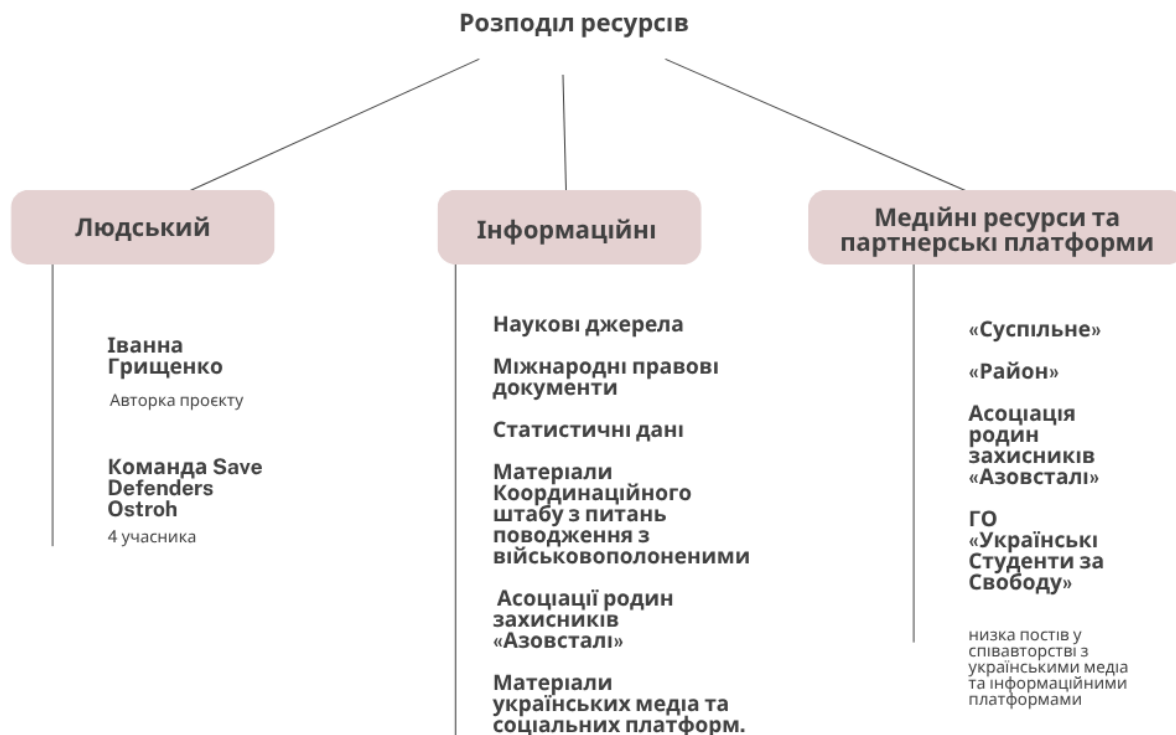


Рис.3 Розподіл ресурсів

Таким чином, управління ресурсами медіапроєкту базувалося на ефективному використанні людських, інформаційних та партнерських медійних ресурсів без залучення додаткового фінансування чи закупівлі матеріально-технічного забезпечення.

2.4 Управління вартістю медіапроєкту

У випадку даного медіапроєкту потреба у формальному бюджеті була фактично відсутня.

По-перше, усі основні завдання з підготовки та тестування контенту здійснювалися онлайн. Лонгрід, аналітичні матеріали та мультимедійні елементи тестувалися у цифровому середовищі без необхідності залучати додаткові ресурси для друку, оренди студій чи виробництва фізичних носіїв. Усі тексти, інтерв'ю та візуальні матеріали готувалися у межах існуючих цифрових платформ і доступних програмних інструментів, що не потребувало додаткового фінансування.

По-друге, команда проєкту працювала на волонтерських засадах, що означає, що їхня активність забезпечувала виконання всіх етапів проєкту без фінансових витрат для організації.

По-третє, навіть у відсутності формального бюджету, управління вартістю відбувалося опосередковано через планування ресурсів та часу. Команда визначала пріоритети для реалізації завдань, чергувала етапи підготовки контенту та тестування, узгоджувала строки виконання, що дозволяло ефективно контролювати використання наявних засобів.

Таким чином, бюджет у межах цього медіапроєкту не був потрібен.

2.5 Управління якістю медіапроєкту

В управлінні якістю медіапроєкту було найважливіше забезпечити достовірність інформації, етичність комунікації та логічність структури матеріалів. Оскільки проєкт стосувався теми полону, безвісти зниклих та примусово затриманих осіб, особливе значення мали перевірка джерел інформації, актуальність даних та дотримання принципів висвітлення теми. Для створення матеріалів використовувалися міжнародні документи, офіційні дані державних структур, матеріали Координаційного штабу з питань поводження з військовополоненими, правозахисних організацій та перевірені медійні джерела.

Для забезпечення якості медіапроєкту було використано кілька способів. Насамперед проводила багато етапну перевірку інформації через порівняння даних із різних джерел. Також здійснювався постійний моніторинг інформаційного простору для відстеження змін у контексті теми полону та актуалізації окремих блоків матеріалу.

Окремим і одним з найважливіших елементів стало забезпечення якості стало тестування комунікаційних матеріалів та аналіз реакції аудиторії на різні меседжі та формати подачі інформації. Це дозволило виявити найбільш ефективні та безпечні підходи до висвітлення теми і також одразу

протестувати, чи не буде кризової комунікації у зв'язку з наданням темі не того контексту, чи вживання недостовірних даних і тощо.

Методи контролю якості включали аналіз реакцій аудиторії, аналіз логічної послідовності структури та перевірку фактологічної точності матеріалів. Під час роботи над медіапроектом також здійснювався повторно аналіз окремих інформаційних блоків після появи нових інформаційних приводів або змін у безпековому контексті.

Таким чином, управління якістю медіапроекту базувалося на принципах достовірності, етичності, актуальності та системності. Поєднання аналітичної перевірки та тестування комунікаційних підходів дозволило створити інформаційного продукту щодо теми комунікації про полон.

2.6 Управління ризиками медіапроекту

Через специфіку проекту ризики стосувалися не лише організації роботи, але й етичних, інформаційних та безпекових аспектів комунікації.

Одним із ключових ризиків був ризик поширення недостовірної або неперевіреної інформації. Це через обмежену доступність офіційних даних, постійну зміну інформаційного контексту та велику кількість непідтверджених повідомлень у медіа в соціальних мережах. Через це існувала ймовірність використання неточної інформації або поширення даних, які могли втратити актуальність у процесі роботи над медіапроектом.

Важливим ризиком також був етичний ризик, пов'язаний із можливістю травматизації родин полонених та безвісти зниклих, через високу суспільну чутливість теми та складний психологічний стан родин, які перебувають у невизначеній втраті. Окремо враховувався ризик створення потенційної небезпеки для самих полонених через поширення окремих деталей особистої інформації та бойового шляху.

Також були інформаційні ризики, пов'язані з російською пропагандою та інформаційно-психологічними операціями, через активну присутність

маніпулятивних повідомлень, спроби дискредитації окремих тем та використання трагедій, пов'язаних із полоненими, для інформаційного впливу. Тому виникала необхідність постійного моніторингу інформаційного поля та додаткової перевірки контексту окремих подій.

У межах медіапроєкту існували часові ризики, через динамічність інформаційного середовища та необхідність постійного оновлення окремих блоків інформації. Поява нових інформаційних приводів, зміна суспільного контексту або резонансні події, пов'язані з темою полону, вимагали повторного аналізу інформації та коригування окремих принципів комунікації. Зрештою через активну фазу війни, до завершення роботи проєкт міг втратити актуальність, або його доводилось би переформатовувати. Це впливало на тривалість окремих етапів реалізації медіапроєкту.

Таким чином, управління ризиками медіапроєкту базувалося на постійному аналізі інформаційного середовища, перевірці джерел, дотриманні етичних принципів комунікації та врахуванні змін безпекового й суспільного контексту під час реалізації проєкту.

2.7 Управління командою медіапроєкту

До реалізації медіапроєкту були залучені команда Safe Defenders Ostroh, яка складалася з Мочаліної Лілії, Палій Анастасії, Адамської Віри та Адамської Софії та авторки медіапроєкту – Іванни Грищенко. Формування концепції, дослідницька робота, аналіз інформаційного поля, тестування контенту та написання лонгріду здійснювалися авторкою проєкту. Інші учасниці команди були залучені до моніторингу інформаційного простору, координації роботи та фізичних акцій, генерування ідей, поширення матеріалів.

Ключові зони відповідальності управління проєктом було розділено відповідно етапів реалізації, про які писала вище: координація роботи над лонгрідом, визначення формату та теми, дослідження проблематики,

аналітика інформаційного поля, створення та тестування контенту, аналізування реакції аудиторії, написання, перевірка та редагування лонгріду, комунікація з партнерськими платформами та поширення інформаційних матеріалів. Це дозволило паралельно виконувати декілька етапів та розподіляти відповідальність між всією командою, одночасно будучи залеченими в усі процеси.

Також використовувалися зовнішні партнерські ресурси для розширення аудиторії проєкту та поширення матеріалів. Партнерські медіаплатформи не входили до основної структури команди, але виконували важливу функцію інформаційної підтримки в поширенні матеріалів.

Нижче в рис. 4 описано розподіл роботи та залученість команди та партнерів на певних етапах роботи.

WBS

	Іванна Грищенко	Команда Safe Defenders Ostroh	Інформаційні партнери
Формування теми та концепції	Відповідальна	Консультаційна участь	—
Аналіз джерел та дослідження проблематики	Відповідальна	Допоміжна участь	—
Моніторинг інформаційного поля	Відповідальна	Допоміжна участь	Консультаційна участь
Аналіз комунікаційних практик	Відповідальна	—	—
Створення та тестування контенту	Відповідальна	Допоміжна участь	Допоміжна участь
Тестування реакції аудиторії	Відповідальна	—	—
Написання лонгріду	Відповідальна	—	—
Редагування та перевірка матеріалів	Відповідальна	Консультаційна участь	—

Рис 4. Матриця розподілу відповідальності

2.8 Управління комунікаціями медіапроєкту

Управління комунікаціями медіапроєкту передбачало організацію процесів обміну інформацією між командою, координацію роботи над контентом, а також планування потенційних каналів поширення матеріалів.

Загальну схему обміну інформацією будувалась за принципом постійної взаємодії всередині команди Safe Defenders Ostroh та додатково партнерськими інформаційними ресурсами. Основний обмін інформацією всередині команди здійснювався через соціальні мережі (основна – WhatsApp, оскільки вона найбільше дозволяє убезпечувати спілкування. Та Google Meet для онлайн-зустрічей) , там відбувалося узгодження структури матеріалів, обговорення етичних аспектів комунікації, аналіз нових інформаційних приводів та координація процесу.

У процесі роботи ми здійснювали комунікацію з представниками медіа, громадських організацій та інформаційних платформ. Основними каналами комунікації були цифрові платформи та соціальні мережі.

Для аналізу інформаційного поля та тестування окремих комунікаційних підходів використовувалися Instagram, офлайн акції-нагадування, та медійні онлайн-платформи. Саме ці канали дозволяли оцінити особливості сприйняття теми аудиторією, швидкість поширення інформації та реакцію користувачів на різні формати подачі контенту.

Станом на час подачі цієї кваліфікаційної роботи, медіапроєкт не опублікований у відкритому доступі, поширення медіапроєкту розглядається як можливий наступний етап його реалізації після завершення роботи над дипломним дослідженням та додаткової адаптації матеріалів відповідно до актуального безпекового й інформаційного контексту.

Таким чином, управління комунікаціями медіапроєкту базувалося на поєднанні внутрішньої командної взаємодії, моніторингу інформаційного простору, аналізу комунікаційних практик та використанні цифрових каналів для тестування окремих підходів до висвітлення теми полону.

2.9 Моніторинг виконання медіапроєкту

Моніторинг виконання медіапроєкту передбачав спостереження за процесом реалізації окремих етапів роботи, аналіз проміжних результатів, оцінку ефективності комунікаційних підходів та контроль відповідності. Оскільки проєкт стосувався теми полону, процес моніторингу мав безперервний характер і залежав від змін інформаційного та безпекового контексту.

У межах медіапроєкту було використано кілька видів моніторингової інформації, головне – здійснювала інформаційний моніторинг, який включав постійне відстеження новин, офіційних повідомлень, заяв правозахисних організацій та публікацій у медіа щодо теми полону. Такий моніторинг потрібен через ризик швидкої втрати актуальності цілих блоків інформації.

У блоці моніторингу комунікаційних практик було проаналізовано приклади висвітлення теми полону в українських медіа, соціальних мережах, інформаційних кампаніях громадських організацій та державних структур. Досліджено особливості подачі інформації, використання етичних принципів та реакція аудиторії на окремі формати. Такий тип моніторингу дозволив визначити найбільш поширені помилки у висвітленні теми, а також виявити ефективні підходи.

Під час тестування окремих комунікаційних матеріалів, відбувався моніторинг реакції аудиторії, ми аналізували коментарі, рівень взаємодії користувачів із контентом, емоційну реакцію аудиторії та загальний рівень залучення до теми. Це дозволило оцінити, які формати подачі інформації є найбільш зрозумілими для аудиторії, а також виявити ризики неправильного трактування окремих повідомлень.

Також здійснювався внутрішній організаційний моніторинг, який передбачав контроль за виконанням етапів роботи та оцінку відповідності результатів календарному плану проєкту. Оскільки частина етапів ми реалізовували паралельно, а зміни інформаційного контексту вимагали

повторного аналізу окремих тем, моніторинг дозволяв своєчасно коригувати послідовність робіт та адаптувати зміст проєкту.

Загалом, моніторинг виконання медіапроєкту базувався на поєднанні інформаційного, комунікаційного, аудиторного та організаційного контролю. Це дозволило забезпечити актуальність, достовірність та етичність медіапроєкту, а також адаптувати його зміст до змін суспільного й інформаційного контексту.

Висновки до розділу 2

У другому розділі роботи було детально висвітлено процес управління медіапроєктом, що включало організацію роботи над лонгрідом, управління часом і ресурсами, контроль якості матеріалів, оцінку ризиків, координацію команди та партнерів, а також моніторинг виконання проєкту на всіх етапах. Загалом аналіз реалізації проєкту показав, що поєднання чіткого планування етапів і гнучкої реалізації завдань дозволяє адаптувати робочі процеси до динамічного інформаційного середовища, яке постійно змінюється через поточні події та інформаційний вплив з боку росії.

Особлива увага приділялася перевірці достовірності джерел та забезпеченню етичності комунікацій. В умовах, коли будь-яке неточне або сенсаційне подання інформації може завдати шкоди родинам або створити ризики, для тих, хто в полоні, критично важливо було налагодити систему перевірки, використовуючи лише надійні офіційні, правозахисні та медійні джерела. Це включало моніторинг українських та міжнародних звітів, інтерв'ю з експертами, захисниками, що були звільненими з полону та сім'ями полонених, а також аналіз реакцій аудиторії на публікації.

Управління ресурсами проєкту відбувалося через ефективне використання наявних людських і інформаційних ресурсів, а також партнерських платформ. Команда проєкту працювала на волонтерських засадах, що дозволило реалізувати всі завдання без бюджету. Також як

прописановище – ця організаційна структура забезпечила можливість оперативно тестувати контент та коригувати його відповідно до реакцій аудиторії, що дозволило виявити найбільш ефективні формати комунікації та оптимізувати стратегію поширення матеріалів.

Розділ також описує організацію роботи команди, розподіл відповідальностей між учасниками та партнерами. Чітко визначені ролі та етапи роботи забезпечили стабільну якість медіапроєкту, синхронізацію процесів і дотримання термінів виконання завдань. Важливим аспектом стало поєднання різних типів активностей: збір і систематизація даних, підготовка текстових матеріалів, створення візуального контенту та підготовка публікацій.

Моніторинг виконання проєкту здійснювався на всіх етапах: від планування концепції до публікації матеріалів. Це дозволяло своєчасно виявляти проблеми та вносити корективи, забезпечуючи послідовність і якість інформації. Крім цього, аналіз реакцій аудиторії на тестовий контент дав змогу адаптувати повідомлення, що сприяло підвищенню ефективності комунікації та формуванню емпатії у суспільстві.

Таким чином, управління медіапроєктом забезпечило створення структурованого, достовірного та етичного інформаційного продукту. Лонгрід, підготовлений у рамках цього проєкту, дозволяє не лише інформувати аудиторію про проблематику полону, а й формувати суспільну свідомість щодо важливості підтримки родин полонених, збереження пам'яті про них та дотримання міжнародних стандартів прав людини. У підсумку, комплексне управління часом, ресурсами, командою та комунікаціями створило платформу, яка здатна ефективно доносити складну інформацію, забезпечуючи її етичність, безпечність та актуальність для широкого кола зацікавлених аудиторій.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ

3.1 Проблеми з практичною реалізацією проєкту

Під час виконання роботи над проєктом виникли труднощі, які впливали на ефективність реалізації та потребували постійної зміни акцентів. Але всі вони були враховані ще на етапі планування.

Найважчий виклик – емоційна складність теми, робота з історіями про полон не просто потребує емпатії, вони болять, лякають. Потрібно читати про катування, побиття, голод та прорефлектовувати та запам'ятовувати, щоб переказати, процитувати почуте. І окрім переживання своїх емоцій, було важко оцінити, наскільки сильний емоційний ефект можуть мати матеріали на аудиторію та чи не травмують вони людей.

По-друге, нестабільність і двобокість інформації. Дані про полонених постійно змінювалися, деякі факти були непідтвердженими або суперечливими. Часто існувала двобічність: з одного боку треба було висвітлювати певну інформацію, з іншого – це могло завдати шкоди. Внаслідок цього доводилося постійно уточнювати, редагувати і виокремлювати матеріали, щоб уникнути ризиків. Також обмежена доступність даних ускладнювала роботу, інформація була фрагментарною, знову ж через порушення з боку Росії, а це створювало складність у формуванні узгодженого наративу та вимагало додаткового аналізу.

По-третє, існував страх зачепити, тригернути або зробити боляче. Вже про це згадано вище, але це також про ризик кризової ситуації. Не лише, що люди можуть не прочитати матеріал через складність, а про те, що є ризик вжити неправильний наратив або неправдиву інформацію. Будь-яка помилка могла спричинити емоційний дискомфорт у родин, читачів або навіть у команді, що працює над матеріалом.

Нарешті, значна частина інформації була обмежена через безпеку: не можна було публікувати деталі місцезнаходження, умов утримання або іншу чутливу інформацію, яка могла поставити під загрозу, тих хто в полоні чи їх сімей.

Таким чином, під час реалізації проєкту постійно доводилося опиратись на, те чи це не зашкодить? Обирати, між публічністю і захистом людей, що створювало комплексну систему викликів на всіх етапах роботи.

3.2 Особливості реалізації медіапроєкту

Реалізація медіапроєкту мала низку специфічних особливостей, що впливали як і на методологію роботи, так і на практичні підходи до створення контенту.

Однією з головних характеристик проєкту було постійне тестування контенту, що полягало у перевірці форматів, тону та меседжів, тривалості матеріалів, способу подання фактів та візуальної складової. І саме завдяки кільком циклам практичної апробації контент отримував ознаки експертності, що дозволяло забезпечити його ефективність і точність у комунікації з аудиторією. Такий підхід також давав змогу швидко адаптовувати матеріали до нових даних або зміни контексту, що є важливим у темі, пов'язаній із полонем. Саме в лонгріді описано той контент, що за ефективністю під час тестування спрацював найкраще.

Також для під час реалізації лонгріду для нас було важливим робити різний формат контенту, щоб дослідити якомога більше саме впливу меседжів, а не лише формату. Проєкт передбачав використання сторітейлів, відео, візуалізацій, інфографік та цитат. Така багатоплановість дозволяла максимально охопити різні аспекти теми: від умов перебування у полоні до емоційного стану тих, хто повернувся. Різні формати також сприяли тому, що аудиторія могла обирати комфортний спосіб сприйняття інформації, що важливо для уникнення травматизації або перевантаження емоціями.

Важливо зазначити, що медіа-комунікація тісно інтегрувалася з офлайн акціями-нагадуваннями, хоча ці події не висвітлювалися у лонгріді. Взаємодія офлайн і онлайн дозволяла більш точно відслідковувати реакцію аудиторії, її залученість і рівень сприйняття теми. Такий підхід також сприяв формуванню більш повного і багатопланового наративу, який виходив за межі простого інформування та включав живий досвід, емпатію та соціальну участь.

Однією з ключових особливостей проєкту була двобічність теми та постійний баланс у поданні інформації. Вище згадано про двобічність у розголошенні певної інформації, потрібно завжди обирати між рекомендаціями, що надаються державними органами та умовно, думкою рідних, висвітленням прозорості, емоціями звільнених з полону. Ми ніколи не можемо передбачити думки ворога і одна і та ж ситуація може спрацювати на краще, або зробити гірше. Зрештою, ми завжди повертаємось до правила «Не зашкодь».

Але також двобічність полягала і у висвітленні інфоприводів. Контент про полон водночас містив важкі емоційні моменти – розповіді про умови утримання, обмеження, психологічний та фізичний тиск, що завжди викликає сильний емоційний біль. Але і водночас обміни військовополонених, їхні перші слова після повернення та реакція родин викликали глибоке щастя і полегшення.

Таким чином, комунікації одночасно передавати і біль і смуток за рідними, але також і надію та радість, що вимагало особливої уваги до тональності, структури матеріалів та візуальної подачі.

Особливістю є також емоційна складність теми для тих, хто працює над проєктом. Постійне занурення у матеріали про полонених створювало високий психологічний тиск мене та команду. Необхідно було шукати баланс між точністю, етичністю та безпекою, одночасно придумуючи нові заклики для аудиторії. У нас, як в команди, що працює з цією темою відчувається ніби «пече у грудях» від прочитаного щоразу. Важливо зазначити, що ми

відчуваємо дуже глибоке почуття вдячності та обов'язку перед людьми, що віддали свободу за нашу. І діяльність пов'язана з висвітленням теми полону, насправді не про кваліфікаційним проєкт, для нас, як команди що працює з темою полону – це про наші цінності. І зрештою, те що це наші цінності, і допомагає в роботі, тому що ми говоримо про те, що відчуваємо, що маємо робити та як. Але і ускладнює процес комунікації, робити її об'єктивною стає все важче, говорити менше, щоб знову ж – уберегти когось теж важче.

Ще однією особливістю є пізнє формування лонгріду та його адаптивність. Текст почав писатися на завершальному етапі комунікаційної кампанії, щоб відобразити актуальні події та зміни в інформаційному полі. Лонгрід буде постійно оновлюватись, змінюватись, адаптуватись до нових даних та рекомендацій, про які комунікуватимуть державні органи. Такий підхід забезпечує релевантність і практичну цінність матеріалу, а також дозволяє зберегти баланс між достовірністю та безпекою інформації.

Для забезпечення високої якості та точності використовувалися різні джерела: наукові статті, експертні думки журналістів, які працюють із темою полону; документи гуманітарних і правозахисних структур; офіційні рекомендації Координаційного штабу. Ці джерела дозволяли формувати комплексний підхід до контенту та дотримуватися етичних норм.

Таким чином, основні особливості реалізації медіапроєкту можна узагальнити так:

- практичне тестування контенту та формування експертності через апробацію;
- використання різноманітних форматів матеріалів;
- інтеграція з офлайн-акціями для комплексного охоплення аудиторії;
- баланс між негативними та позитивними емоційними аспектами теми;
- висока емоційна складність для команди та аудиторії;
- адаптивність лонгріду та живий формат документу;

- використання перевірених джерел і експертних консультацій для забезпечення достовірності та етичності.

Ці особливості підкреслюють, що комунікація про полонених є складним, багатошаровим і високочутливим процесом, що поєднує етичні, психологічні та практичні аспекти роботи з контентом.

3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації медіапроєкту

На основі проведеного дослідження та практичного досвіду роботи над проєктом ми б сформулювали наступні рекомендації щодо покращення його реалізації.

1. Підвищення ефективності контент-тестування

Постійне тестування контенту стало ключовим елементом проєкту, для покращення результатів ми б радили:

- Використовувати контрольні групи для оцінки різних форматів контенту (тексти, відео, візуальні матеріали) та швидко адаптувати стратегію на основі отриманих даних.
- Розширити канали та соціальні мережі аналізу контенту.

Ці кроки дозволять систематизувати процес тестування та підвищити точність і ефективність комунікації.

2. Залучення партнерських організацій для оцінки лонгріду

Для підвищення якості та ефективності лонгріду рекомендується зв'язатися з асоціаціями або організаціями (до прикладу, асоціації сімей захисників «Азовсталі») та показати їм підготовлений матеріал.

Це дозволяє оцінити наскільки лонгвід резонує з тематикою, чи відповідає він цінностям і пріоритетам організації, чи відображає ключові аспекти комунікації про полонених. Зворотний зв'язок загалом допоможе скоригувати контент, підвищити його релевантність та точність, а також

забезпечити додаткову перевірку відповідності матеріалів етичним стандартам.

3. Використання інтерв'ю експертів та Координаційного штабу
Для додаткової експертності доцільно включати безпосередні інтерв'ю експертів і представників Координаційного штабу, які можуть надати коментарі до ключових пунктів лонгріду. Це підвищить достовірність матеріалу, надасть аудиторії практичний і глибокий погляд на тему, посилить авторитетність тексту за рахунок прямих джерел. Проте слід враховувати, що отримати такі коментарі може бути складно через обмеження доступу та безпеки.

4. Крім того, у лонгріді можна оцінити досвід інших країн щодо комунікації про військовополонених, це дозволить порівнювати підходи, виявляти ефективні практики та формувати рекомендації для власного контенту. Водночас слід зазначити, що ця тема є досить двоякою, ми маємо найзадокументованішу війну і зокрема через це багато знаємо про випадки тортур в полоні. Сучасні країни не мали такого досвіду як у нас, і загалом ми маємо вбільшості інформацію вже про меморалізацію після закінчення бойових дій, а не підчас, коли під загрозою життя та здоров'я, тих хто в полоні.

Таким чином, міжнародний досвід може слугувати лише орієнтиром, а для побудови ефективної комунікаційної стратегії необхідно враховувати унікальні особливості контексту зараз, масштаби інформаційного поля та характер емоційної реакції аудиторії.

5. Джерела та перевірка достовірності

- Використовувати експертні джерела: журналістів, представників гуманітарних організацій, або Координаційного штабу.
- Застосовувати багаторівневу перевірку фактів, особливо щодо інформації про місцезнаходження та умови утримання полонених.
- Включати посилання на офіційні рекомендації та керівництва для дотримання етичних та безпекових стандартів.

Це дозволяє зменшити ризики поширення неточної або небезпечної інформації та підвищує довіру аудиторії.

6. Розширення використання різних форматів контенту

Різноманітність форматів матеріалів є однією з сильних сторін проєкту, але для подальшого покращення важливо: збалансовано поєднувати текстові історії, інтерв'ю, відео, інфографіку та фото, орієнтуючись на специфіку аудиторії та цілі комунікації.

Також варто використовувати інтерактивні елементи (опитування, голосування, QR-коди на додаткові матеріали).

7. Адаптивність лонгріду та постійне оновлення

Лонгвід створювався як документ, що може змінюватися з часом:

- Контент повинен регулярно оновлюватися на основі нових подій, звільнень, оновлень від родин та експертів.
- Адаптація матеріалів до нових даних дозволяє підтримувати актуальність і релевантність лонгріду для широкої аудиторії.
- Важливо зберігати структурну цілісність та логіку подачі, навіть коли додаються нові матеріали або зміни у форматах.

Цей підхід забезпечує довготривалу ефективність медіапроєкту та можливість використання лонгріду як навчального і аналітичного ресурсу для комунікаційників.

Висновки до розділу 3

У розділі 3 описано практичні аспекти реалізації медіапроєкту. Як описано вище реалізація цього проєкту супроводжувалася численними викликами, що стосувалися як організаційних, так і етичних питань. По-перше, тема полону є надзвичайно чутливою та емоційно важкою, що створює ризик психологічного навантаження як для аудиторії, так і для членів команди. По-друге, інформаційний простір характеризується нестабільністю та двобічністю даних: окремі повідомлення могли містити неповну або

суперечливу інформацію, а державні та міжнародні джерела оновлюються з різною періодичністю. По-третє, доступ до перевірених і достовірних джерел обмежений, що ускладнювало формування матеріалів із високою фактичністю.

Всі ці фактори вимагали постійного контролю етичності, точності та безпеки інформації. Це обумовило розробку комплексного підходу до організації роботи: кожен етап виробництва матеріалів обговорювався на командних зустрічах і погоджувався з рекомендаціями правозахисних організацій та координаційного штабу. Усі тексти, відео та графічні матеріали проходили редагування, що забезпечувало їх відповідність нормам етичної комунікації.

Особливою особливістю реалізації проєкту стало практичне тестування контенту. В рамках лонгріду використовувалися різні формати: сторітейли, інфографіка, цитати з інтерв'ю, візуальні реконструкції та аналітичні блоки. Такий підхід дозволяв не лише поєднати емоційне та інформаційне сприйняття, а й зменшити ризик перевантаження аудиторії чутливою інформацією. Тестування включало аналіз реакцій аудиторії, що дозволяло виявити найбільш ефективні способи донесення інформації та скоригувати стратегію поширення матеріалів у реальному часі.

Важливим аспектом була інтеграція онлайн- та офлайн-активностей. Хоча основний контент поширювався через цифрові платформи, робота з партнерськими організаціями дозволяла забезпечити додаткову верифікацію матеріалів та підвищити їх практичну цінність.

Розділ також висвітлює важливість системного підходу до покращення медіапроєкту. Постійне тестування контенту, залучення партнерських організацій, контроль достовірності джерел і постійне оновлення контенту дозволяють формувати комплексну та безпечну інформаційну комунікацію. Такий підхід не лише підвищує якість комунікації, а й сприяє формуванню

стійкого суспільного наративу щодо важливості підтримки родин полонених, збереження пам'яті про них і протидії дезінформації з боку ворога.

Загалом розділ демонструє, що медіапроект є багатошаровим і включає практичні, психологічні та етичні аспекти роботи з чутливою інформацією. Ефективна комунікація в такій тематиці вимагає системного, відповідального та адаптивного підходу, який поєднує планування, гнучке управління контентом, постійне тестування та аналіз реакцій аудиторії. Такий підхід дозволяє створити структурований, достовірний і етичний продукт, здатний одночасно інформувати, навчати та підтримувати різні групи цільових аудиторій у складних умовах сучасної інформаційної війни.

ВИСНОВКИ

Отже під час проведення дослідження та реалізації медіапроєкту було досягнуто поставленої мети і виконано основні завдання, що дозволяє зробити низку висновків щодо ефективності та особливостей реалізації проєкту. На підготовчому етапі було визначено цілі та завдання проєкту, окреслено ключові теми, сформовано структуру лонгріду та визначено типи контенту. Цей початковий етап дозволив закласти основу, яка була найбільш логічною, для подальшої роботи, що забезпечило в подільному чітку структуру матеріалів та врахування етичних, психологічних і безпекових аспектів висвітлення теми.

На етапі збору та аналізу інформації ми здійснювали постійний моніторинг різних джерел. Було вивчено відкриті дані, медійні публікації, експертні оцінки та міжнародний досвід комунікацій про військовополонених. Аналіз виявив, що доступність інформації є обмеженою, а рекомендації щодо висвітленням завжди двобокими, що створювало необхідність ретельної перевірки та формування матеріалів на основі протестованого контенту. Це сформувало мою базу знань, яка стала основою для створення контенту з високою достовірністю та відповідністю етичним стандартам.

На етапі розробки контенту ключовою практикою стало його постійне тестування. Різні формати, включаючи тексти, відео, інфографіку та цитати, проходили два цикли аналітики, що дозволило визначити найбільш ефективні способи донесення інформації та адаптувати її до сприйняття аудиторії. Такий підхід дозволив досягти високої експертності матеріалів через практичне тестування.

Варто відзначити, що медіа-комунікація була інтегрована з офлайн-активностями, що надає проєкту комплексного характеру. Хоча офлайн-акції не були безпосередньо відображені у лонгріді, вони дозволяли оцінювати реакцію аудиторії, перевіряти ефективність комунікацій та підсилювати вплив

онлайн-матеріалів. Поєднання онлайн та офлайн каналів сприяло формуванню більш глибокого наративу, який враховує як емоційний, так і практичний аспект сприйняття теми.

Суттєвою особливістю проєкту була двобічність теми, яка вимагала постійного балансування між етичністю, безпекою та відкритістю інформації. Одночасно слід було враховувати емоційний вплив на команду та аудиторію, щоб уникнути травматизації.

Особливістю є також адаптивність лонгріду, який почав писатися на завершальному етапі комунікаційної кампанії, щоб максимально відобразити актуальні події. Такий підхід дозволяє постійно оновлювати матеріали, адаптувати їх до нових даних, забезпечуючи практичну цінність тексту як навчального та аналітичного ресурсу для комунікаційників.

Для підвищення достовірності матеріалів активно використовувалися експертні джерела, включаючи коментарі журналістів та фахівців, які працюють із темою полону, а також консультації представників Координаційного штабу..

Отже, реалізація медіапроєкту продемонструвала, що ефективна комунікація на чутливі теми потребує комплексного підходу, поєднання практичного тестування контенту, різноманітних форматів матеріалів, інтеграції онлайн та офлайн каналів, уваги до емоційного балансу та дотримання етичних стандартів. Лонгвід забезпечує можливість постійного оновлення і адаптації, формує надійний інструмент для комунікаційників і сприяє гуманному та достовірному висвітленню теми полону в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Асоціація родин захисників «Азовсталі». URL: <https://azovstalfamilies.com/>

2. Вплив українських медіа на формування громадської думки в умовах інформаційної війни. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2025. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/6_2025/part_2/35.pdf

3. В Україні розслідують 92 тисячі справ про зниклих безвісти — уповноважений Координаційного штабу Добросердов. Суспільне. URL: <https://suspihne.media/1274352-v-ukraini-rozsliduut-92-tisaci-sprav-pro-zniklih-bezvisti-upovnovazeniij-koordstabu-dobroserdov/>

4. Європейські етичні принципи журналістики в українських воєнних реаліях: тенденції та специфіка. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ffa5f951-d235-4139-bc93-de1e3babd8c7/content>

5. Женевська конвенція про поводження з військовополоненими від 12 серпня 1949 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_153#Text

6. Журба М. Теоретична модель невизначеної втрати внаслідок насильницького зникнення. Науковий журнал. 2025. URL: <https://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/25569/1/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB-1%289%29-2025-157-170.pdf>

7. Країна змінилася: звільнений з полону парамедик "Азовсталі" поділився надихаючим посланням до українців. Апостроф. URL: https://apostrophe.ua/lime/learn/strana-izmenilas-osvobodennyiy-iz-plena-paramedik-azovstali-podelilsya-vdohnovlyayuschim-poslaniem-k-ukraintsam.html?utm_source=chatgpt.com

8. Ми не знали, що нас так чекають: Звільнений полонений з Азовсталі про емоції від акцій підтримки. Відео / YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=chiwjDKMdU8>.

9. Найбільш документована війна. Симпозіум документальних та архівних проєктів. Центр міської історії. URL: <https://www.lvivcenter.org/conferences/the-most-documented-war/>

10. Оглушлива тиша: дослідження. Amnesty International Ukraine. 2025. URL: <https://www.amnesty.org.ua/wp-content/uploads/2025/03/oglushlyva-tysha-doslidzhennya.pdf>.

11. Пам'яті загиблих військовополонених українців на борту російського ІЛ-76. URL: https://www.instagram.com/p/DT2iq2NCGfN/?img_index=1

12. Права людини в умовах широкомасштабного збройного конфлікту в Україні : аналітичний огляд. Дніпро, 2023. URL: <https://er.dduvs.edu.ua/bitstream/123456789/11491/1/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4%20%D0%B7%D0%B0%D1%85%D0%B8%D1%81%D1%82%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%20%D0%B2%20%D1%83%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%85%20%D0%B7%D0%B1%D1%80%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%96%D0%BA%D1%82%D1%83.pdf> (дата звернення: 29.05.2026).

13. Принципи міжнародного права: концептуальні підходи до розуміння природи та класифікації. Юридична позиція. 2023. URL: <https://legalposition.umsf.in.ua/archive/2023/1/23.pdf>.

14. Психологічні наслідки перебування у полоні. Психологічний часопис Львівського національного університету імені Івана Франка. 2024. URL: https://psy-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/19_2024/15.pdf.

15. Рекомендації КЖЕ щодо підготовки матеріалів про безвісти зниклих осіб. Національна спілка журналістів України. <https://nsju.org/novini/rekomendacziyi-kzhe-shhodo-pidgotovky-materialiv-pro-bezvisty-znyklyh-osib/>

16. Російська сторона не дотримується жодних правил при формуванні списків полонених для обмінів. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3870191-rosia-ne-dotrimuetsa-zodnih-pravil-pri-formuvanni-spiskiv-polonениh-dla-obminiv-lubinec.html>.

17. Росія утримує в полоні понад 16 тисяч цивільних українців — Лубінець. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3938535-rosia-utrimue-v-poloni-ponad-16-tisac-civilnih-ukrainciv-lubinec.html>

18. Росія цинічно використовує тему полонених для ІІСО проти українського суспільства — Лубінець. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3795831-rosia-cinicno-vikoristovue-temu-polonениh-dla-ipso-proti-ukrainskogo-suspilstva-lubinec.html>

19. Соціальні мережі як інструмент інформаційної війни РФ проти України: особливості та механізми протидії. URL: <https://journals.hnpu.edu.ua/index.php/politology/article/view/14247>

20. Спілкування Володимира Зеленського з медіа в Мюнхені. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GPTCJrNne-c&t=47s>

21. У деяких випадках публічність допомагає, а іноді — протипоказана: адвокат про розголос особи полоненого. Громадське радіо. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/freeourfamily/1054284>

22. У Києві родичі захисників "Азовсталі" мітингували на підтримку військовополонених та зниклих безвісти бійців. Суспільне. URL: https://susplne.media/kyiv/759527-u-kievi-rodici-zahisnikiv-azovstali-mitinguvali-na-pidtrimku-vijskovopolonениh-ta-zniklih-bezvisti-bijciv/?utm_source=chatgpt.com

23. У російському полоні перебувають понад 16 тисяч цивільних громадян України, з яких вдалося звільнити 168. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3938535-rosia-utrimue-v-poloni-ponad-16-tisac-civilnih-ukrainciv-lubinec.html>

24. Чотири роки з початку повномасштабного вторгнення в Україну: ключові факти та висновки. Управління Верховного комісара ООН з прав людини в Україні. 2026. URL: https://ukraine.ohchr.org/sites/default/files/2026-02/2026-02-16%20HRMMU_Fou

25. Як виходили в полон з Азовсталі. Повне інтерв'ю з Сергієм "Волиною". URL: https://www.youtube.com/watch?v=wu6_x1AIiwQr%20Years%20On_fact%20sheet%20UKR_2.pdf

26. Як медіа висвітлюють тему полонених: аналіз ІМІ та рекомендації для журналістів. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/vysvitlennya-zvilnennya-z-rosijskoyi-nevoli-yak-media-dotrymuyutsya-standartiv>

27. Як не зашкодити тим, хто в полоні? Поради для родичів та друзів військовополонених. Центр громадянських свобод. URL: <https://ccl.org.ua/news/yak-ne-zashkodyty-tym-hto-v-poloni/>

28. Як формуються списки військовополонених для обміну? URL: <https://nib.gov.ua/news/yak-formuyut-spiski-vijskovopolonenih-dlya-obminu/>

29. Якщо близька людина в полоні чи зникла безвісти: що робити, аби не нашкодити. Суспільне Черкаси. URL: <https://suspilne.media/cherkasy/644522-akso-blizka-ludina-v-poloni-ci-znikla-bezvisti-so-robiti-abi-ne-naskoditi/>

30. Brown A. Nobody Would Tell You Anything: The War and Foreign Offices and British Prisoner of War Families During World War II. Journal of Family History. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/036319902236628> (accessed: 29.05.2026).

31. Inside The Struggle To Free Ukraine's Azovstal Defenders From Russian Captivity. RadioFreeEurope. URL:

https://www.rferl.org/a/33427578.html?utm_source=chatgpt.com

32. Mackenzie S. P. The Treatment of Prisoners of War in World War II. The Journal of Modern History. URL:

<https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/244883?journalCode=jmh>

33. Save Mariupol Defenders: Stories about Organized Struggle Pursued by POW's Families

Українформ. URL: https://www.ukrinform.net/rubric-ato/3864255-save-mariupol-defenders-stories-about-organized-struggle-pursued-by-pows-families.html?utm_source=chatgpt.com

ДОДАТКИ

Додаток А

**Лонгрід «Особливості комунікації
в межах практики меморіалізації
та висвітлення теми полону в Україні»**

