

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

«Створення авторського ютуб-каналу для міжнародної аудиторії про наслідки війни в Україні та умови життя людей в деокупованій Херсонщині»

Здобувачки IV курсу
групи МЖб-2-21-4.0д
ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна
журналістика
Гунько Анастасії Олександрівни

Використання чужих ідей, результатів і текстів мають посилання на відповідне джерело

Науковий керівник: Мураховський Д. А.,
викладач кафедри міжнародної
журналістики

_____ (підпис студента)

_____ (ініціали, прізвище)

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

_____ В.І. Терещук
завідувач кафедри
міжнародної журналістики

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

Члени комісії

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
<i>1.1. Деокуповані території в медійному та соціальному контексті</i>	<i>6</i>
<i>1.2. Особливості створення журналістських проєктів у посттравматичних спільнотах</i>	<i>7</i>
<i>1.3. Жанр інтерв'ю у сучасній журналістиці</i>	<i>8</i>
<i>1.4. Відеоформати як документальний інструмент журналістики</i>	<i>10</i>
<i>1.5. Етичні виклики в роботі з людьми, які пережили окупацію</i>	<i>11</i>
РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	13
<i>2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту.....</i>	<i>13</i>
<i>2.2. Структура проєкту.....</i>	<i>14</i>
<i>2.3. Жанрова палітра.....</i>	<i>15</i>
<i>2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення.....</i>	<i>16</i>
<i>2.5. Авторська ідея.....</i>	<i>17</i>
<i>2.6. Особливості аудиторії.....</i>	<i>18</i>
РОЗДІЛ III. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	
<i>3.1. Технічне забезпечення</i>	<i>21</i>
<i>3.2. Платформи розміщення, вибір YouTube як основного каналу</i>	<i>22</i>
<i>3.3. Промоція і просування</i>	<i>22</i>
<i>3.4. SEO-стратегія</i>	<i>23</i>
<i>3.5. Фідбек аудиторії</i>	<i>24</i>
<i>3.6. Показники ефективності: аналітика</i>	<i>25</i>
ВИСНОВКИ	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	28
ДОДАТКИ	29
АНОТАЦІЯ	48
ANNOTATION	50

ВСТУП

Актуальність вибору теми

Після звільнення тимчасово окупованих територій України, зокрема Херсонщини, журналістика постає перед необхідністю не лише інформувати, а й документувати досвід місцевого населення. Публічна фіксація індивідуальних історій у посттравматичних спільнотах набуває важливого суспільного й етичного значення. Особливу актуальність має створення доступного мультимедійного контенту, орієнтованого як на українську, так і на міжнародну аудиторію.

У цьому контексті використання YouTube як комунікаційної платформи дозволяє досягти стратегічно важливої мети — створити відкритий інформаційний ресурс, що містить персоніфіковані свідчення жителів деокупованих територій. Тема роботи є актуальною з точки зору розвитку документальної журналістики, цифрових практик і медіаетики в умовах збройного конфлікту.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи

Метою проєкту є створення авторського YouTube-каналу, що документує досвід жителів деокупованої Херсонщини, висвітлює наслідки війни, фіксує персональні історії в медійному просторі та забезпечує доступ до них міжнародній аудиторії.

Завдання роботи:

- дослідити інформаційний і соціальний контекст журналістики в умовах декупації;
- визначити можливості жанру відеоінтерв'ю для роботи з посттравматичними історіями;

- розробити структуру та концепцію авторського проєкту для платформи YouTube;
- проаналізувати ефективність публікації та просування медіапродукту серед локальної й міжнародної аудиторії.

Об’єкт та предмет дослідження

Об’єктом вивчення є сучасна українська журналістика в умовах війни та цифрових трансформацій.

Предметом дослідження є авторський відеопроєкт «Голоси Херсону» як приклад документальної журналістики та інструмент міжнародної комунікації про життя в деокупованому регіоні.

Інформаційна база дослідження

- У проєкті було використано різні джерела інформації:
- глибинні інтерв’ю з мешканцями деокупованих громад (проведені авторкою);
 - відеозаписи, створені в умовах натурної зйомки у Херсоні;
 - статистичні й аналітичні дані з YouTube Studio (перегляди, географія, тривалість взаємодії);
 - публікації, аналітичні огляди та наукові статті про журналістику під час війни.

Увага приділялась якості джерел, їхній достовірності та відповідності заявленій темі. Здійснено перехресну верифікацію отриманої інформації з відкритими джерелами (fact-checking).

Методи дослідження

- Основними методами дослідження в межах проєкту стали:
- глибинне інтерв’ю — як інструмент збору персональних наративів;

- якісний контент-аналіз — для оцінки змісту та структури відео;
- метод case study — для цілісного вивчення авторського медіапроєкту;
- аналітичне спостереження — з метою вивчення аудиторної взаємодії.

Також застосовувалися загальнонаукові методи: дедукція, індукція, порівняння, узагальнення.

Структура проєкту

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, документації та додатків. Перший розділ — теоретико-методологічний, висвітлює наукові основи теми.

Другий — зосереджений на описі концепції, структури, реалізації проєкту. Третій — аналізує технічні, організаційні та аналітичні аспекти реалізації на платформі YouTube.

Робота містить висновки, список використаних джерел, а також додатки з ілюстративними та аналітичними матеріалами.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

1.1. Деокуповані території в медійному та соціальному контексті

Території, звільнені від російської окупації після початку повномасштабного вторгнення 2022 року, мають унікальну соціально-політичну ситуацію. Їхня реальність сформована одночасно трьома чинниками: травмою окупації, нестабільністю перехідного періоду та постійною загрозою повторної агресії. У цьому середовищі медіа не просто інформують — вони виконують функції реабілітації, фіксації історичної правди та підтримки локальної ідентичності.

1.1.1. Соціальний портрет деокупованої території

Деокуповані громади — це спільноти, які пережили:

- фізичне насильство і примус (окупаційні адміністрації, фільтрації, зникнення людей);
- інформаційну ізоляцію (відсутність українських ЗМІ, мовна та культурна пропаганда РФ);
- інфраструктурну руйнацію (обстріли, мінування, знеструмлення);
- психологічну фрагментацію (страх, недовіра, посттравматичні стани).

Такі умови формують посттравматичний соціум, який є вразливим до маніпуляцій, одночасно шукає підтримки і прагне повернення до нормальності.

1.1.2. Комунікаційний вакуум і потреба у локальному медіа

Після деокупації громади опиняються в інформаційному вакуумі: офіційні джерела відновлюються повільно, багато людей втратили довіру до будь-яких джерел. У цьому контексті локальні ініціативи — журналістські,

волонтерські або авторські — стають єдиним способом повернути зв'язок між людьми і правдою.

Саме такі проєкти як «Голоси Херсону» виконують місію:

- відновлення локального голосу — через героїв, які є “своїми” для аудиторії;
- документування досвіду — без посередників, з першоджерел;
- соціального зцілення — через визнання болю і демонстрацію стійкості.

Це створює не лише журналістський, а громадянський медіапродукт, що формує довіру.

1.1.3. Міжнародний вимір

Питання деокупації, як і загалом війни в Україні, є предметом геополітичного спостереження з боку десятків країн. Однак без прямого доступу до голосів людей, які пережили окупацію, зовнішній світ залишається в полоні абстракцій і цифр. Авторський проєкт на YouTube із прямими свідченнями мешканців Херсонщини стає мостом між локальним досвідом і глобальною увагою.

Він не лише дає інформацію — він формує емпатію, солідарність і нову форму народної дипломатії. Через персональні історії війна стає ближчою і зрозумілішою для тих, хто її ніколи не переживав.

1.2. Особливості створення журналістських проєктів у посттравматичних спільнотах

Журналістика в посттравматичних контекстах — це не просто медіапрактика, а форма соціальної взаємодії, що має прямі наслідки для психологічного стану як героїв, так і аудиторії. У роботі з людьми, які пережили окупацію,

важливо враховувати не лише фактологічну точність, а й етичну екологічність комунікації.

1.2.1. Уразливість героїв як фактор відповідальності

Після тривалого перебування під тиском окупаційної влади, в умовах цензури, доносів і страху, багато мешканців деокупованих територій мають порушене відчуття безпеки. Це проявляється в:

- труднощах з довірою до журналіста;
- страху публічності;
- гіперрефлексії щодо сказаного (“чи не зашкодить це мені або родині”).

Тому журналіст повинен не просто “взяти інтерв’ю”, а створити умови для безпечного свідчення: роз’яснити цілі проєкту, гарантувати згоду на запис, пояснити, як буде використано матеріал.

1.2.2. Баланс між документальністю і повагою до травми

Висвітлення травматичних історій — тонка межа між фіксацією правди та потенційною ретравматизацією. Тому журналіст має:

- уникати нав’язливих питань;
- дозволяти паузи, емоції, невизначеність;
- не романтизувати страждання, але і не згладжувати реальність.

Такий підхід формує етично свідоме наративне середовище, в якому герой — не об’єкт, а партнер розмови.

1.2.3. Важливість контекстуалізації

Історія окремої людини втрачає глибину без чітко позначеного контексту. У роботі над проєктом «Голоси Херсону» кожне інтерв’ю доповнюється візуальними маркерами — зруйнованими будівлями, реальними вулицями,

звуками міста. Це дає змогу вкорінити індивідуальне свідчення в колективну топографію пам'яті.

1.3. Жанр інтерв'ю у сучасній журналістиці

Інтерв'ю — один із найбільш адаптивних жанрів журналістики, який дозволяє поєднувати особистісний вимір комунікації з інформаційною насиченістю. У контексті війни та деокупації цей жанр виконує функцію відкритого документального свідчення, у якому відображається не лише те, що сталося, а як це було пережито.

1.3.1. Інтерв'ю як жанр довіри

У фокусі інтерв'ю — людина як джерело правди. Це створює ефект глибокої залученості: аудиторія не просто отримує інформацію, а чує голос, бачить емоцію, відчуває ситуацію.

Це особливо важливо у роботі з міжнародною аудиторією, яка часто стикається з інформаційною втомою. Жанр інтерв'ю руйнує стіну абстрактності, персоналізує війну — робить її реальною через конкретні історії.

1.3.2. Типи інтерв'ю: вибір для проєкту

Для проєкту «Голоси Херсону» використано модель глибинного наративного інтерв'ю, що базується на:

- відкритих питаннях;
- емпатичному слуханні;
- активному, але ненав'язливому веденні діалогу.

Цей тип дозволяє герою не лише відповідати, а й формувати власну оповідь, що часто має терапевтичний ефект.

1.3.3. Інтерв'ю як інструмент меморіального архіву

Відеоінтерв'ю, зібрані на платформі YouTube, виконують архівну функцію — фіксують голоси, які можуть бути втрачені з часом. Це створює документальне поле пам'яті, доступне для дослідників, активістів, освітян. У час, коли історія може бути викривлена пропагандою, інтерв'ю — це доказова основа реальності.

1.4. Відеоформат як документальний інструмент у журналістиці пам'яті

Сучасна журналістика дедалі частіше перетворюється з каналу інформування на механізм документування, особливо в умовах війни, масової травми та деокупації. Відеоінтерв'ю як формат об'єднує в собі свідчення, образ, інтонацію, середовище і час — створюючи не просто новину, а візуальний фрагмент історії.

1.4.1. Відео як багат шаровий текст

Кожне відео має щонайменше три рівні комунікації:

- Вербальний — що говорить герой;
- Візуальний — як виглядає герой, фон, обстановка;
- Емоційний — міміка, паузи, інтонація, невербальні знаки.

Це дозволяє глядачу не лише споживати інформацію, а й відчувати її, бути співучасником історії, а не стороннім спостерігачем.

1.4.2. Контекст у кадрі як частина наративу

У відеопроєкті «Голоси Херсону» важливо, що саме видно у фоні: пошкоджені вікна, побут, загальна атмосфера — усе це доповнює сказане, надаючи інтерв'ю географічної й історичної глибини.

Герої не просто говорять, вони вписані у власне середовище, яке промовляє не менш виразно, ніж слова.

1.4.3. Відеоформат як пам'яттєвий інструмент

У контексті війни відео перестає бути розважальним або навіть новинним — воно стає носієм пам'яті. Архів відеоінтерв'ю — це не лише журналістська база, а меморіальний пласт, який зберігає голоси тих, хто пережив те, що не має повторитися.

Це особливо важливо для міжнародної аудиторії, яка часто сприймає війну як серію цифр і заголовків — відео повертає до людського обличчя цієї реальності.

1.5. Етичні виклики в роботі з людьми, які пережили окупацію: як розповідати персональні історії без шкоди

Робота з героями, які пережили окупацію, передбачає високий ступінь довіри та відповідальності. У таких випадках журналіст виступає не лише як автор, а як посередник між особистою травмою та публічним простором.

1.5.1. Добровільність і усвідомлена згода

Найперше правило — участь героя має бути добровільною, без тиску чи маніпуляції. Людина повинна чітко розуміти:

- де буде опубліковане відео;
- хто його побачить;
- які ризики це може нести (особливо у випадку героїв, чиї рідні залишаються на ТОТ).

Журналіст зобов'язаний пропонувати анонімізацію там, де це необхідно, і не публікувати матеріали без згоди.

1.5.2. Поважне редагування та монтаж

Не менш важливо — етично поводитись із записаним матеріалом. Вирізати фрагменти, які можуть спотворити сенс, додавати драматичну музику чи кадри “заради ефекту” — означає експлуатувати чужу історію.

Монтаж повинен бути нехудожнім, але чесним, з повагою до тону й ритму розповіді героя.

1.5.3. Психоемоційна підтримка під час зйомки

Журналіст має бути готовим до неочікуваної емоційної реакції: сліз, мовчання, агресії. Важливо:

- не тиснути, не підганяти;
- припинити запис, якщо герой не готовий продовжувати;
- дати людині відчути, що вона контролює ситуацію.

Це не лише етично, а й професійно, адже довіра збережеться — навіть якщо історія так і не буде записана.

Розділ II.

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Інформаційний медіапроєкт «Голоси Херсону» реалізовано як індивідуальну ініціативу, спрямовану на фіксацію досвіду мешканців деокупованих територій Херсонщини у відкритому цифровому просторі. Актуальність проєкту зумовлена трьома взаємопов'язаними чинниками:

1. Дефіцит достовірної персоніфікованої інформації з деокупованих регіонів, де журналістська присутність обмежена безпековими умовами;
2. Соціальна важливість документування локального досвіду — у контексті як української публічної пам'яті, так і міжнародної комунікації про наслідки війни;
3. Запит на автентичний контент у форматі відеоінтерв'ю, який дозволяє поєднати фактологічну точність і емоційне занурення в історію героя.

Проєкт реалізовано у форматі серії інтерв'ю з мешканцями міста Херсона та прилеглих населених пунктів, які залишилися у місті після деокупації. Тематичне ядро — виживання, адаптація, громадська активність, емоційна стійкість. Кожне інтерв'ю виконує функцію як особистісного свідчення, так і документального фрагменту колективної історії регіону.

Вибір платформи YouTube пояснюється її:

- відкритістю до широкої аудиторії,
- алгоритмічною здатністю до органічного просування нішевого контенту,
- аналітичними можливостями,

- доступністю з будь-якого регіону світу без додаткових інструментів або платної підписки.

Мета проєкту формулюється як створення репрезентативного корпусу персональних історій, що відображають ситуацію у Херсоні після деокупації засобами документальної журналістики.

Цільова аудиторія поділяється на дві основні групи:

- Внутрішня (українська) — жителі інших регіонів, журналісти, активісти, дослідники, які прагнуть зрозуміти реальний стан у регіоні через безпосередні свідчення;
- Зовнішня (міжнародна) — зацікавлена публіка, діаспора, іноземні медіа, які потребують достовірного візуального матеріалу українського походження.

Усі відео супроводжуються англійськими титрами, що дозволяє залучити не лише україномовну, а й міжнародну аудиторію. Саме це відповідає завданню розширення інформаційної присутності України у міжнародному медіапросторі на основі авторського контенту, створеного в зоні підвищеного ризику.

2.2. Структура проєкту

Проєкт «Голоси Херсону» реалізовано у форматі серії відеоінтерв'ю, кожне з яких має тривалість від 10 до 20 хвилин. Загальна структура серії була продумана ще на етапі планування: проєкт передбачає не окремі випадкові розмови, а послідовну презентацію репрезентативних типажів — учителя, підприємця, актора, рятувальника, волонтера, комунальника. Таким чином формується багатоголосий портрет міста, де кожен герой виконує роль носія певного соціального досвіду.

Кожен епізод має сталу внутрішню композицію:

- Вступна частина (60 секунд): візуальна послідовність кадрів із простору Херсона, що занурює глядача у локальний контекст;
- Основна частина (8–18 хвилин): діалог у форматі інтерв'ю;
- Завершення (до 1 хвилини): підсумкова репліка героя — меседж аудиторії, що має залишити емоційно-ціннісний слід.

Місце зйомки — робоче середовище героя — обиралось не лише за принципом доступності, а як сценічний простір, у якому людина залишається собою. Просторове розташування камери та ритм монтажу забезпечують динамічну моноцентричну подачу — вся увага зосереджена на респондентові, інтерв'юер фізично відсутній у кадрі.

Контент публікується серійно з дотриманням однакової візуальної стилістики та таймінгу. Завдяки цьому глядач формує очікування структурної впізнаваності, що підсилює сприйняття як серіального журналістського формату, а не набору розрізнених розмов.

2.3. Жанрова палітра

За жанровими характеристиками «Голоси Херсону» — це портретні документальні інтерв'ю, які поєднують ознаки:

- глибинного журналістського інтерв'ю (емоційна рефлексія, запит на досвід);
- соціального репортажу (опосередковане включення у простір міста);
- усної історії (модульність, особистий наратив, травматичний фон).

Кожен епізод побудований за принципом індивідуального кейсу, у якому присутні як елементи автобіографії, так і фрагменти соціального аналізу. Такий підхід дозволяє дотримуватися не лише журналістської етики (герой

— суб'єкт висловлювання), а й концепту журналістики свідчення (witness journalism), де факти фільтруються через людську пам'ять.

Незважаючи на те, що в усіх епізодах збережено єдиний формат, жанрове наповнення змінюється залежно від героя. Наприклад:

- інтерв'ю з волонтером — більш публіцистичне;
- розмова з актрисою — має елементи емоційного монологу;
- діалог з підприємницею — акцент на адаптаційних стратегіях.

Водночас у межах серії дотримано стилістичної цілісності: жоден випуск не стилізовано під телевізійну передачу або художній етюд, що дозволяє зберегти документальний характер і уникнути втрати довіри аудиторії.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Візуальне й технічне оформлення проєкту «Голоси Херсону» підпорядковане основній меті — забезпечити достовірність і невторчання у персональну розповідь героя. Кожне інтерв'ю зняте у знайомому для респондента середовищі — зазвичай на робочому місці, що посилює відчуття природності та достовірності. Такий підхід мінімізує штучність і дозволяє глядачеві побачити героя в його звичному контексті.

Камера зосереджена виключно на респонденті. Присутність автора в кадрі відсутня — це продумане рішення, яке дає змогу зосередитися на змісті розповіді, а не на комунікаторі. Завдяки цьому інтерв'ю набуває характеру непосреднього свідчення, де камера виступає в ролі “свідка” події, а не активного учасника діалогу.

Технічне оформлення відповідає вимогам сучасного документального відео. Аудіозапис здійснено за допомогою петличних мікрофонів, що забезпечує високу якість звуку в умовах часто нестабільного акустичного середовища.

Монтаж — стриманий, без надмірної динаміки або ефектів. Хронологія збережена, вирізки використовуються лише з метою очищення матеріалу від повторів або неінформативних фрагментів.

Графічні елементи — обкладинки відео, шапка каналу, аватар — витримані в єдиній стилістиці, мінімалістичній і неемоційній. Всі візуальні матеріали створені за допомогою платформи Canva, що дозволило забезпечити стабільну якість без додаткових дизайнерських витрат. Аватар та зображення шапки були згенеровані за допомогою інструментів штучного інтелекту, адаптованих до візуальної палітри Херсона — стримані тони, архітектурні мотиви, геометрія руйнувань.

Музика використовується фрагментарно: у вступних кадрах — більш енергійна, як звуковий маркер простору; у самих інтерв'ю — спокійна, фонова, неінтерпретативна за емоційною шкалою. Такий підхід унеможливорює маніпуляцію сприйняттям та зберігає журналістську нейтральність.

Усі відео містять англійські титри, щоб забезпечити доступність матеріалу для міжнародної аудиторії.

Загалом, візуальна та технічна стратегія проекту спрямована на створення максимально автентичного медіапродукту, який фіксує індивідуальний досвід у межах колективної історії без спроби його інтерпретувати чи стилізувати. Це підсилює довіру аудиторії й дозволяє кожному герою бути почутим на своїх умовах.

2.5. Авторська ідея

Проект «Голоси Херсону» реалізовано як спробу застосувати документальний підхід у межах сучасної журналістики свідчення. Його основою стала концепція надання простору для персонального

висловлювання мешканців деокупованого регіону — без додаткової інтерпретації або переозначення з боку журналіста.

Авторська позиція полягає у вибудовуванні безпечного й структурованого формату, у межах якого респонденти можуть самостійно формулювати свої думки, наративи та емоції. Цей підхід передбачає відсутність журналіста в кадрі, що свідомо мінімізує комунікативне втручання й дозволяє глядачеві зосередитися виключно на змісті розповіді.

Під час підготовки до інтерв'ю акцент робився на підборі тем і запитань, які не нав'язують оцінку, а стимулюють до рефлексії. Кожна історія є самодостатньою — вона не підпорядковується попередньо заданій тематиці, а розгортається у відповідності до життєвого досвіду респондента.

Візуальне рішення проєкту також підпорядковане авторській ідеї — відсутність динамічного монтажу, фокус на герої, незмінний простір інтерв'ювання. Усі технічні елементи зведено до функціональної ролі — вони не «підсилюють» розповідь, а забезпечують її фіксацію в стабільній і впізнаваній формі.

Таким чином, авторський задум полягає не в створенні інформаційного продукту з чітким меседжем, а у формуванні відкритої публічної платформи для фіксації індивідуальних історій. У межах цієї платформи журналіст виконує роль координатора, редактора і модератора, проте не виступає як співучасник наративу.

2.6. Особливості аудиторії

Проєкт «Голоси Херсону» орієнтований на дві основні цільові групи:

1. внутрішню українську аудиторію, яка цікавиться регіональною журналістикою, темами деокупації, громадянської стійкості та соціального відновлення;
2. міжнародну аудиторію, що шукає перевірене джерело персональних історій у контексті війни в Україні.

Аналіз аналітики YouTube Studio свідчить про стабільне зростання охоплення та залученості. На момент підготовки звіту:

- кількість підписників становить **265**
- загальна кількість переглядів — понад **1000**
- середній час перегляду — **12** хвилин (що є показником глибокого перегляду і вказує на високий рівень інтересу).

За географією, проєкт переважно охоплює:

- Україну (основна частина аудиторії),
- Польщу, Німеччину, Чехію, Литву (країни ЄС з великою часткою українських переселенців),
- окремі перегляди з Канади та США (українська діаспора).

Вікова структура аудиторії:

- 25–34 роки — приблизно 40%;
- 35–44 роки — 30%;
- 18–24 роки — до 15%;
- інші вікові категорії — 15%.

Це дозволяє зробити висновок про наявність сформованої дорослої аудиторії, яка виявляє зацікавлення до некомерційного, документального, локально орієнтованого контенту. Стилiстика проєкту, відсутність агресивного

монтажу та зрозумілий наратив роблять його доступним для широкого кола глядачів без необхідності адаптації для окремих вікових груп.

Також варто зазначити, що частина глядачів залучається через соціальні мережі героїв, які публікують відео у власних акаунтах. Такий механізм поширення дозволяє забезпечити додаткову присутність у спільнотах, які безпосередньо не підписані на канал, але є потенційно зацікавленими в подібному контенті.

Таким чином, аудиторія проєкту — це не лише глядачі YouTube, а спільнота, що формується навколо теми локального свідчення, з високим рівнем зацікавленості у збереженні голосу деокупованих територій у публічному дискурсі.

РОЗДІЛ ІІІ.

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

3.1. Технічне забезпечення

Зйомки всіх епізодів проєкту «Голоси Херсону» здійснено авторкою особисто в місті Херсон. Вибір технічного обладнання був обумовлений потребою у мобільності, стабільній якості зображення і звуку, а також можливістю роботи в умовах обмеженого доступу до електроенергії та студійного простору.

Для відеозйомки використано iPhone 14, камера якого дозволяє записувати відео у форматі 4K, 60 кадрів на секунду. Це забезпечує високу деталізацію зображення та плавність руху, необхідну для документального інтерв'ю. Зйомки велися з ручними налаштуваннями, з фіксованим фокусом та увімкненою стабілізацією.

Для освітлення застосовувалися LED-лампи Ulanzi, які забезпечували необхідну яскравість у приміщеннях із недостатнім природним світлом, при цьому зберігаючи природну кольорову температуру сцени. Звук записувався за допомогою бездротових мікрофонів Ulanzi, що забезпечили чисте звучання без зовнішніх перешкод і давало можливість респонденту вільно рухатись у кадрі.

Монтаж усіх епізодів здійснювався у застосунку CapCut, що дозволяє виконувати базове редагування відео: обрізку, регулювання гучності, додавання титрів, елементарну кольорокорекцію. Програма також надає зручні шаблони для адаптації відео під різні платформи.

Візуалізацію для шапки профілю а також аватарки було створено за допомогою інструментів ШІ.

Обкладинки до кожного випуску створювались у сервісі Canva — інструменті для графічного дизайну, що дає змогу швидко формувати візуально впізнаваний стиль проєкту. Створення обкладинок із дотриманням єдиного візуального коду сприяло підвищенню впізнаваності серії та допомагало формувати зорову пам'ять у підписників.

3.2. Платформи розміщення, вибір YouTube як основного каналу

Основною платформою для публікації відео було обрано YouTube, зокрема канал Kherson Voices (Голоси Херсону). Це рішення базується на кількох стратегічних перевагах:

1. Глобальна доступність — платформа охоплює міжнародну аудиторію, що дає змогу поширювати українські історії за межами країни.
2. Пошукова оптимізація — YouTube як частина екосистеми Google має ефективний індексатор відео, що сприяє їхній видимості в інтернеті.
3. Низький поріг входу — можливість публікації безкоштовно, з мобільного пристрою, з мінімальними витратами на технічне обслуговування.
4. Комунікаційна функція — інтеграція з системою коментарів дозволяє збирати зворотний зв'язок і підтримувати діалог із глядачами.

Паралельно розглядається перспектива крос-платформенного поширення (Instagram, Telegram, Facebook), однак основна активність і метафіксація зосереджені саме на YouTube через його архівну, документальну та глобальну функцію.

3.3. Промоція і просування

Промоційна стратегія проєкту «Голоси Херсону» реалізовувалась через систему особистих, локальних та публічних інформаційних каналів, без залучення платного трафіку. Основний акцент був зроблений на органічному

охопленні, через довіру до особистих профілів і репутацію публічних осіб, дотичних до тематики регіону.

Для поширення кожного випуску використовувалися такі канали:

- Публічний акаунт речника ОВА Сергія Братчука. Його підтримка стала важливим репутаційним чинником. Поширення відео через Facebook та Telegram цього каналу забезпечило вищий рівень довіри до проєкту серед аудиторії, орієнтованої на військово-гуманітарний контекст Півдня України. Завдяки його аудиторії відео отримували значне охоплення серед мешканців регіону та зацікавлених журналістів.
- Власні соціальні мережі авторки (Instagram). Цей формат дозволяв донести відео до знайомих, колег і тематичних підписників із довірою до контенту, створеного особисто. Формат публікацій включав сторіс із візуальними цитатами, короткі описові пости з активним посиланням і відеофрагменти до 30 секунд.
- Соцмережі друзів та колег — через особисті прохання та взаємний обмін інформацією відео поширювалися у вузькоспеціалізованих колах: журналістських, волонтерських, культурних. Цей підхід дав змогу охопити аудиторію, близьку до проблематики деокупації.

Ця стратегія просування дозволила уникнути нецільової аудиторії та досягти глибшої залученості, оскільки розповсюдження здійснювалося через знайомі й авторитетні канали. Такий підхід був свідомим — у фокусі не кількість переглядів, а якість контакту з глядачем, тобто глибина перегляду, залишені коментарі, повторні перегляди.

3.4. SEO-стратегія

Для покращення видимості відео на платформі YouTube було застосовано базові принципи оптимізації пошукових запитів (Search Engine Optimization). SEO-стратегія в контексті проєкту полягала не лише в технічному

налаштуванні, а й у контекстному позиціонуванні відео у релевантному інформаційному полі.

Основні складові SEO-стратегії:

- Заголовки відео — створювались за формулою [ключове повідомлення] | [ім'я героя] | Голоси Херсону, що забезпечувало: зрозумілість для глядача; збереження брендованої впізнаваності; покриття тематичних запитів на кшталт «життя після деокупації», «Херсон сьогодні», «українці під час війни».
- Опис до відео — містив ключові слова («деокупація Херсона», «історії війни», «волонтери в Херсоні», «життя під обстрілами») та короткий зміст випуску. Також додавалися посилання на інші відео проєкту для покращення внутрішньої навігації.
- Титри та субтитри — на стадії планування проєкту було передбачено додавання англійських субтитрів, щоб забезпечити охоплення міжнародної аудиторії, а також покращити індексацію відео пошуковими системами Google/YouTube.

У перспективі проєкт має потенціал інтегрувати розширену SEO-стратегію: транскрипцію відео у вигляді окремих текстів, зовнішні посилання з інших сайтів і партнерських блогів, переклад назв і описів кількома мовами.

3.5. Фідбек аудиторії

Зворотний зв'язок із глядачами є одним із ключових індикаторів ефективності медіапроєкту. У випадку «Голосів Херсону» фідбек надходив через кілька каналів: коментарі під відео, повідомлення в особистих соцмережах авторки, реакції героїв і користувачів, які були залучені через репости в інших спільнотах.

Основні тенденції зворотного зв'язку:

- Високий рівень емоційного відгуку — користувачі часто дякують за «справжність» і «голоси простих людей», відзначаючи, що контент є «ширим», «без штучності» та «вкрай потрібним у цьому часі».
- Участь героїв у поширенні — респонденти активно ділилися відео у власних колах, часто супроводжуючи це дописами про власний досвід. Це створювало ефект вторинного охоплення — контент потрапляв у нові аудиторні спільноти без додаткового просування.
- Цільова підтримка — канал отримував підписників саме з Херсона, області та діаспори, що свідчить про його локальну релевантність.

Коментарі були переважно позитивні, без токсичності чи політичних конфліктів. Частина аудиторії запитувала, чи будуть нові серії, що свідчить про стійкий інтерес і очікування продовження.

3.6. Показники ефективності: аналітика

У межах доступної аналітики YouTube проєкт продемонстрував стабільні показники охоплення і залученості, враховуючи органічний характер просування і вузькотематичну спрямованість.

Ключові метрики:

- Середня кількість переглядів на відео: від 9 до 17 хвилин;
- Середня тривалість перегляду: 12 хвилин — показник, вищий за середній по платформі, що свідчить про утримання уваги;
- Географія глядачів: Україна, Німеччина, Польща;
- Вікова категорія: домінують 25–44 роки;
- Джерела трафіку: соцмережі (Instagram, Facebook), Telegram, зовнішні сайти, прямі переходи з профілю Сергія Братчука.

Висновки

У процесі виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи реалізовано повноцінний медіапроект «Голоси Херсону», що має комплексну структуру: теоретичне обґрунтування, виробництво серії відеоінтерв'ю та подальшу оцінку їх ефективності. Результати відповідають цілям і завданням, сформульованим у вступі.

У теоретичному блоці досліджено:

- специфіку функціонування медіа в деокупованих регіонах України;
- методологію створення журналістських проєктів у посттравматичних спільнотах;
- жанрові та технічні особливості інтерв'ю у відеоформаті;
- етичні аспекти взаємодії з респондентами, які мають досвід життя в умовах окупації.

У практичній частині:

- реалізовано серію відеоінтерв'ю тривалістю 10–20 хвилин;
- забезпечено повний виробничий цикл: підготовка, зйомка, монтаж, публікація;
- створено обкладинку та логотип за допомогою інструментів ШІ.
- розроблено і застосовано єдину візуальну стилістику обкладинок у Canva;
- проведено монтаж у CapCut з адаптацією до вимог платформи YouTube.

Платформу YouTube обрано як основну через її інфраструктурну доступність, аналітичні інструменти та глобальну пошукову інтеграцію. SEO-стратегія проєкту включала оптимізацію заголовків, описів, хештегів та

тегів, що забезпечило базовий рівень видимості контенту у відкритому доступі.

Промоційна стратегія спиралася на особисті й публічні мережі (власні соціальні акаунти, профілі друзів, акаунт речника ОВА). Отримано перші кількісні та якісні результати: перегляди, підписки, коментарі, відгуки від героїв та глядачів, серед яких домінує цільова аудиторія — мешканці України та діаспори.

Таким чином, у межах дипломної роботи реалізовано повноцінний кейс авторського медіапроекту, релевантного до сучасного інформаційного середовища. Практичні висновки роботи можуть бути використані для подальших ініціатив у галузі локального документального відео, цифрової журналістики та виробництва суспільно орієнтованого контенту з обмеженими ресурсами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Медведєва А., Черненко С. Проблематика жанру інтерв'ю в сучасному медіа просторі. Київський національний університет культури і мистецтв, 2021. – [ResearchGate](#)
2. Антонова О. В., Соловійова Ю. Є. Інтерв'ю як складова суспільно-політичної публіцистики письменника: жанрові модифікації та комунікативні стратегії – [Seanewdim.com](#)
3. Десятерик Д. Нове плем'я: українська документалістика після 2022 року // Інститут гуманітарних наук, 2025. – [Iwm.at](#)
4. Ethical Journalism Network. Українські медіа: виклики, правдивість та спротив. Аналітичний звіт, 2023. – [ethicaljournalismnetwork.org](#)
5. Компанія Scripps. Етичні принципи журналістики (оновлена редакція). – 2024. – [scripps.com](#)
6. Georgetown Journal of International Affairs. Війна Росії проти України очима соціальних мереж. – 2024. – [gjia.georgetown.edu](#)
7. Червінчук А., Інтерв'ю в сучасній українській журналістиці: методи побудови й подання на прикладі «Української правди» та The Ukrainians. – 2022. – [researchgate.net](#)
8. SAGE Journals. Етичні аспекти використання цифрових платформ для проведення інтерв'ю в умовах конфліктів. – 2023. – [journals.sagepub.com](#)
9. Інститут масової інформації (ІМІ) - [imi.org.ua](#)
10. Детектор Медіа - [detector.media](#)
11. Проблематика ЗМІ. Том 2/ С. І. Горевалов, В.Ф. Іванов, Київський міжнародний університет, 2011 – 250-258с.
12. YouTube Help. YouTube Studio overview. – [support.google](#)
13. Canva Design School. – [canva.com](#)
14. CapCut Video Editor. – [capcut.com](#)

ДОДАТКИ

У цьому розділі зібрано допоміжні матеріали, що ілюструють підготовчий, творчий та аналітичний етапи реалізації проєкту «Голоси Херсону».

1. Структура інтерв'ю та сценарії епізодів

У **Додатку А** представлено приклади структур інтерв'ю, що використовувались під час підготовки випусків. Запитання формувались навколо чотирьох базових блоків: особиста історія героя, досвід під час окупації, теперішня діяльність у місті, бачення перспектив. Формат інтерв'ю – напіввільний, з пріоритетом живої розмови.

2. Візуальні матеріали

У **Додатку Б** подано приклади оформлення серії: обкладинки епізодів, графічні заставки, фрагменти інтерфейсу каналу. Основні візуальні елементи були створені за допомогою платформи Canva та інструментів ШІ, з урахуванням єдиної кольорової палітри та принципів мінімалізму.

3. Промоція проєкту

У **Додатку В** наведено приклади матеріалів, що використовувались у процесі поширення відео та залучення аудиторії. Основний акцент було зроблено на органічне охоплення через:

- персональні акаунти авторки (Instagram);
- репости друзів і колег;
- інформаційну підтримку публічних осіб, зокрема речника ОВА Сергія Братчука.

У **додатку** подано скріншоти публікацій, шаблони підписів та візуальні приклади промоційних карток, що сприяли побудові впізнаваного образу проєкту в медіапросторі.

4. Статистика переглядів та динаміка аудиторії

Додаток Г містить аналітичні дані з YouTube Studio: кількість переглядів, середній час перегляду, демографічну характеристику аудиторії, динаміку активності. Окремо наведено таблицю з даними по кожному епізоду, що дозволяє простежити ефективність тем і форматів.

5. Відгуки аудиторії

У **Додатку Д** зібрано скріншоти та витяги з коментарів під відео, що ілюструють реакцію глядачів. У фокусі — оцінка змісту інтерв'ю, зацікавлення до героїв, запити на продовження серії.

Додаток А

Текст інтро

256 днів окупації. Майже 9 місяців темряви. Понад 3 роки страху й болю. Херсон вистояв. Херсон повернувся. Під обстрілами, серед руїн, місто продовжує жити. Бо поруч із ним — люди. Смівці. Ті, хто не поїхав. Ті, хто тримає Херсон. День за днем. Для інших. Для життя. Для перемоги.

Сценарний план №1. Тетяна Кучеренко. Приватна підприємця. Власниця 2 магазинів Shkarpetka.ks

ВСТУП

- Чим ви займалися до повномасштабної війни?
- Як змінилося ваше життя після деокупації?
- Що підштовхнуло вас відкрити магазин влітку 2023-го?

РОБОТА

- З якими викликами ви зіткнулися/ стикаєтеся нині?
- Як війна змінила людей у місті? Чи відчуваєте ви підтримку від місцевих?

СЬОГОДЕННЯ

- Що зараз найскладніше для підприємця в Херсоні?
- Як працює магазин зараз?
- Які товари найбільше купують місцеві мешканці?
- Чи є моменти, коли хочеться все покинути?

ВИСНОВОК

- Що вас мотивує продовжувати?
- Що б ви сказали людям, які прагнуть почати щось своє в таких умовах?
- Яким бачити Херсон у майбутньому?

Сценарний план №2. Тетяна Проворова. Акторка театру Куліша. Заслужена артистка України

ВСТУП

- Як зараз працює театр у Херсоні?
- Які труднощі існують у повсякденному житті театрального колективу в умовах війни?
- Як ви пережили окупацію Херсону, як це вплинуло на вашу роботу (умови репертуар, ролі)?

РОБОТА

- Яким було ваше повернення до роботи в театрі після деокупації? Чи змінився сам підхід до роботи після цього?
- Як переживала акторська команда під час окупації, коли театр був вимушений призупинити діяльність?
- Чи є роль чи вистава, яка стала для вас особливо знаковою чи важливою після всіх пережитих подій?
- Як люди з інших міст України реагують на ваші виступи в умовах війни? Чи відчуваєте підтримку через сцени, на яких виступаєте?

СЬОГОДЕННЯ

- Як змінився сам Херсон, і як це відображається у вашій роботі?
- Як вдається поєднувати акторську кар'єру та особисті переживання у ці важкі часи?

ВИСНОВОК

- Як ви вважаєте, чи зміниться культура театру після війни? Яким має бути театр після пережитого?
- Які емоції та думки ви хочете донести до глядачів через свою творчість після того, що пережили?
- Як актор може допомогти людям повірити в майбутнє та відновлення?

Сценарний план №3. Максим Мясоедов. Рятувальник ДСНС

ВСТУП

- Чому ви обрали працювати в ДСНС? Це було вашим усвідомленим вибором чи війна змінила ваші плани?
- Що для вас найскладніше у цій роботі морально?

РОБОТА

- Які моменти ви ніколи не забудете з того, що доводилося пережити під час рятувальних операцій?
- Чи були ситуації, коли доводилося ризикувати життям? Як справляєтеся з цим страхом?
- Наскільки змінилися виклики для ДСНС у Херсоні після деокупації? Що зараз є найбільш небезпечним?
- Чи відчуваєте ви вдячність від людей? Чи бувають моменти, коли вам здається, що ваша робота не оцінена належним чином?
- Що для вас означає повернутися додому після важкого чергування? Як ви відпочиваєте?

СЬОГОДЕННЯ

- Чи є зараз у місті відчуття безпеки?
- Що найважче бачити у вашій роботі? Чи є моменти, які врізалися в пам'ять і не дають спокою?
- Як змінився ваш погляд на життя після всього, що ви бачили й пережили?

ВИСНОВОК

- Що вас змушує продовжувати працювати попри всі труднощі?
- Що б ви сказали людям, які думають почати роботу в ДСНС?
- Яким ви бачите Херсон у майбутньому?
- Якщо б ви могли звернутися до людей, які не розуміють, що відбувається тут, що б ви їм сказали?

Сценарний план №4. Команда працівників КП «Теплокомунгосп»

ВСТУП

- Як змінилося ваше життя після початку війни? Чи замислювалися ви покинути роботу або місто?
- Як змінилася робота після деокупації?
- Що для вас означає ця робота, особливо в умовах війни?

РОБОТА

- Які були найбільші труднощі з водопостачанням під час/після деокупації?
- Чи були ситуації, коли доводилося працювати під обстрілами чи в екстремальних умовах?
- Як справляєтеся з випадками, коли доводиться ремонтувати об'єкти в умовах постійних обстрілів та нестачі ресурсів?
- Що вас найбільше вразило за час роботи у воєнний період?
- Чи були моменти, коли хотілося опустити руки? Що змушувало йти далі?

СЬОГОДЕННЯ

- Які зараз найбільші виклики у сфері водопостачання?
- Як змінилося ставлення людей до комунальних служб після пережитого?
- Чи є надія на повне відновлення мережі найближчим часом?

ВИСНОВОК

- Що для вас означає ця робота зараз?
- Як війна змінила ваше ставлення до власного дому, міста?
- Що б ви сказали людям, які скаржаться на тимчасові труднощі з водопостачанням, не розуміючи всієї картини?

Сценарний план №5. Антон Колосов. Волонтер. Працівник Товариства Червоного Хреста

. ВСТУП

- Чим ви займалися до війни? Як ваше життя змінилося після її початку?
- Що стало поштовхом для того, щоб почати займатися волонтерством?
- Чому саме маскувальні сітки?

РОБОТА

- Як організований процес плетіння сіток? Хто вам допомагає?
- Де ви знаходите матеріали для роботи? Чи були ситуації, коли їх критично не вистачало?
- Як спілкуєтесь із військовими? Що вони кажуть, коли отримують вашу допомогу?

СЬОГОДЕННЯ

- Чи достатньо людей, готових допомагати у виготовленні сіток?
- Як змінилося ставлення суспільства до волонтерства за ці роки?

ВИСНОВОК

- Що вас мотивує продовжувати працювати?
- Як би ви пояснили важливість таких ініціатив тим, хто думає, що їхня допомога незначна?
- Яким ви бачите майбутнє Херсону та роль волонтерства після перемоги?

Додаток Б



Аватар та шапка профілю

<

Kherson Voices
@peopleofkherson
Підписався 261 користувач · 5 відео

Хто підписався на вас

«Голоси Херсону» — це медіапроект про людей, які залишилися у Херсоні після деокупації. Це люди, [...більше](#)

Керувати відео

Відео Дописи

Нові Популярні Найстаріші

Волонтерство в Херсоні
АНТОН КОЛОСС 11:45
«Найважливіше — з...»
293 перегляди · 12 днів тому
Авторські права
 37 5

Культурне життя Херсону
ТЕТЯНА ПРОВОЗОВА 14:44
«Театр — це виплес...»
141 перегляд · 2 тижні тому
Авторські права
 37 7

Рештківатні солдати Херсону
«Вибору не має — м...»

< **Kherson Voices**

Опис

«Голоси Херсону» — це медіапроект про людей, які залишилися у Херсоні після деокупації. Це люди, які живуть, працюють, борються, пам'ятають. На цьому каналі ви знайдете інтерв'ю з тими, чий голос — це правда про війну, про спротив і про надію. Ми говоримо не про героїв з книжок, а про сусідів, рідних, учителів, волонтерів — про тих, хто щодня обирає залишатись. Цей канал — для тих, хто пам'ятає, за що ми тримаємось. І для тих, хто хоче бути поруч — навіть здалеку.

“Kherson Voices” is a media project about people who remained in Kherson after the de-occupation. These are people, who live, work, fight, remember. On this channel you will find interviews with those whose voices are the truth about war, about resistance and about hope. We are not talking about heroes from books, but about neighbors, relatives, teachers, volunteers - about those who choose to stay every day. This channel is for who remember what we hold on to. And for those who want to be there - even from afar.

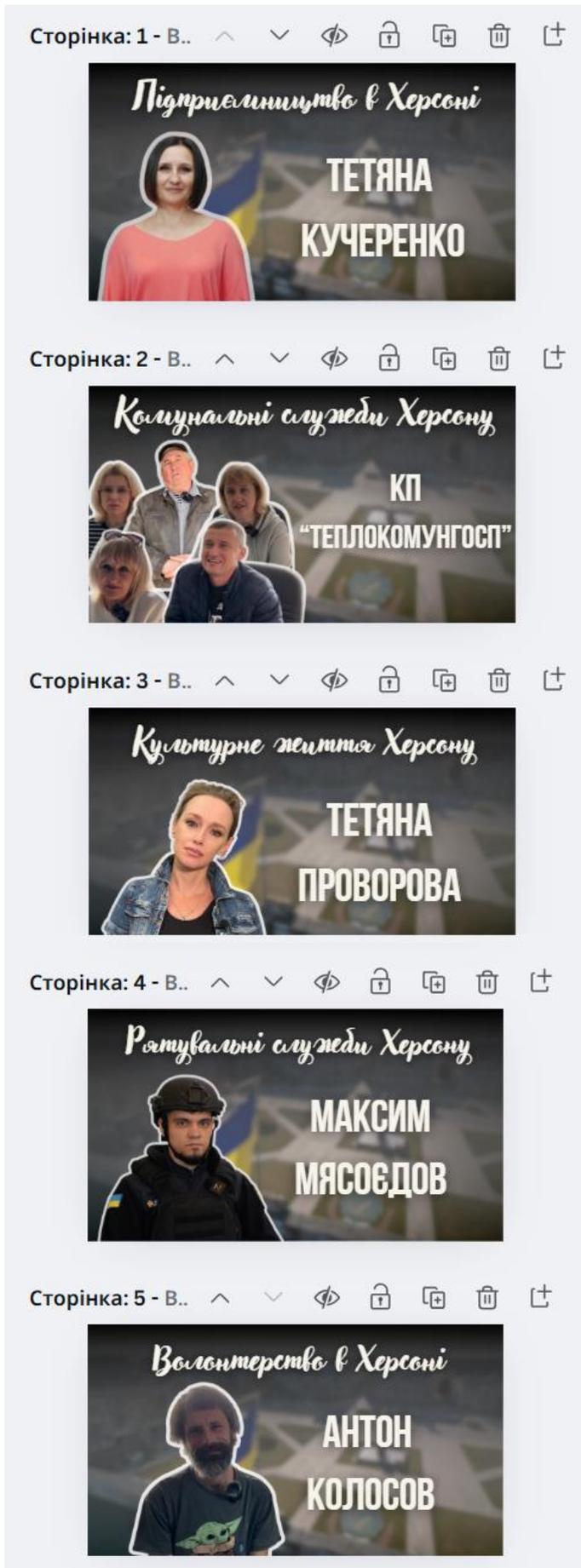
Докладніша інформація

www.youtube.com/@peopleofkherson

Канал створено 13 трав. 2025 р.

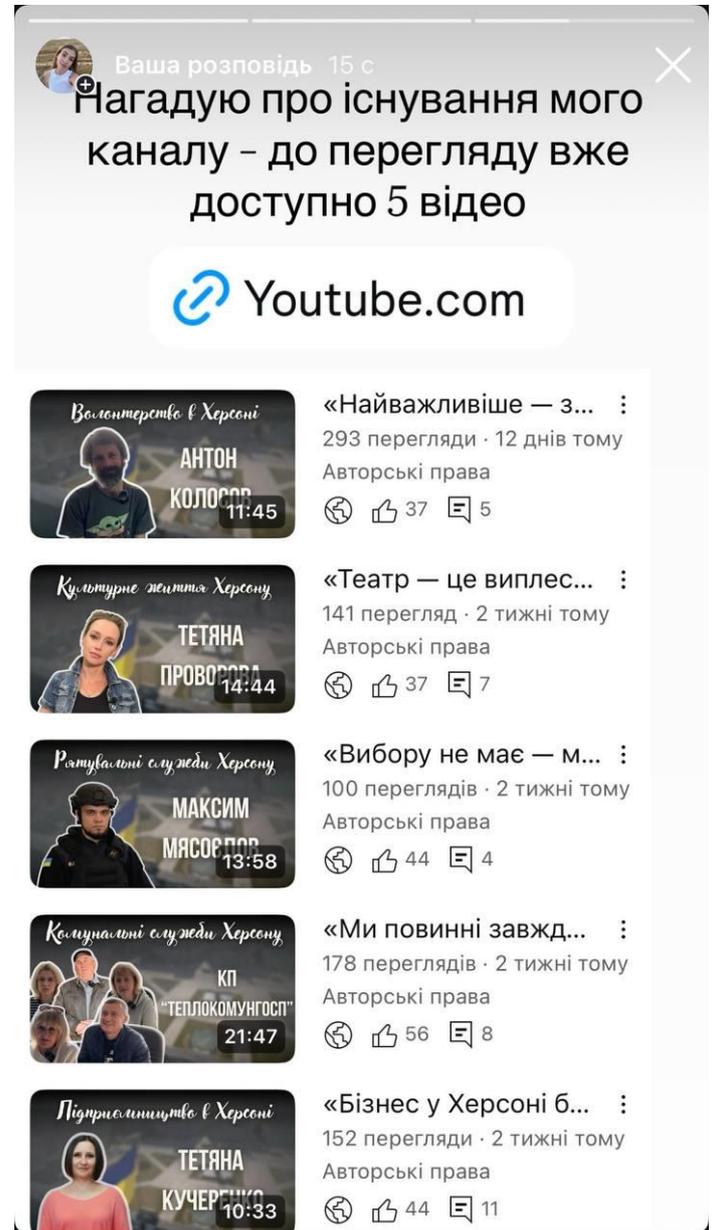
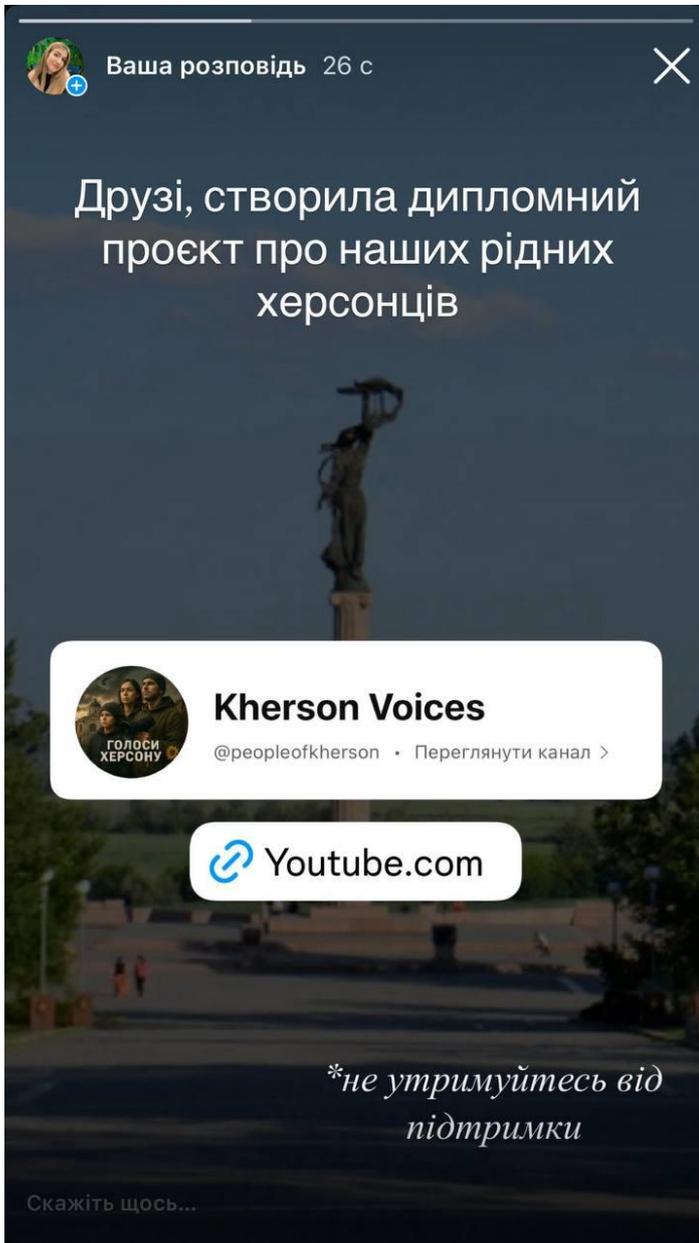
864 перегляди

Вигляд головної сторінки та опис проекту

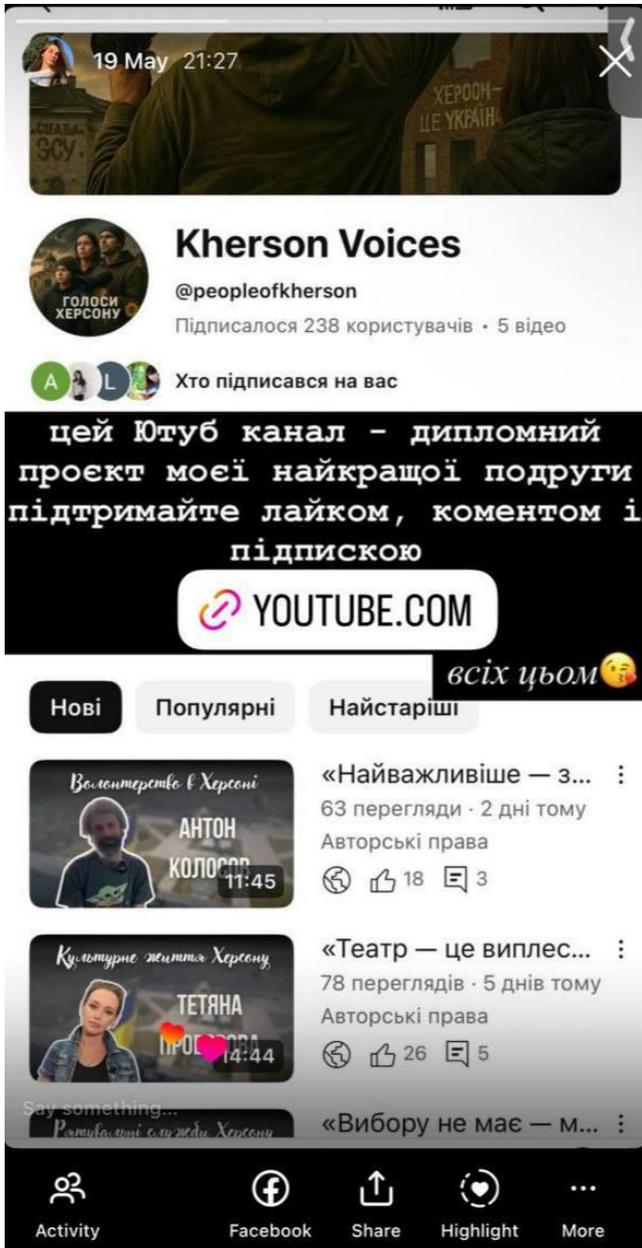


Обкладинки випусків

Додаток В



Соцмережі авторки



Зовнішня промоція в соцмережах друзів/колег.



БРАТЧУК

ГОЛОСИ ХЕРСОНУ

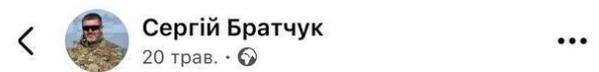
Життя після деокупації — в особистих історіях.

«Голоси Херсону» — це медіапроект про людей, які залишились у місті після звільнення. Підприємці, рятувальники, вчителі, працівники комунальних служб, актори, волонтери — ті, хто живе й працює поруч із лінією фронту, підтримує громаду, економіку й одне одного.

У коротких відео на новому YouTube каналі — їхні свідчення про війну, роботу в нових реаліях, адаптацію й повсякденність під обстрілами. Без прикрас. Без перебільшень. Просто — як є.

Дивіться відео, підтримуйте переглядами та поширюйте.
<https://youtube.com/@peopleofkherson?si=RsnFcR2QJWm1-4tl>
https://t.me/Bratchuk_Sergey/124790 6.1K edited May 20 at 09:56

🥺 196 🙏 60 ❤️ 3 🗣️ 3 👍 2



Сергій Братчук
20 трав.

Життя після деокупації — в особистих історіях.

«Голоси Херсону» — це медіапроект про людей, які залишились у місті після звільнення. Підприємці, рятувальники, вчителі, працівники комунальних служб, актори, волонтери — ті, хто живе й працює поруч із лінією фронту, підтримує громаду, економіку й одне одного.

У коротких відео на новому YouTube каналі — їхні свідчення про війну, роботу в нових реаліях, адаптацію й повсякденність під обстрілами. Без прикрас. Без перебільшень. Просто — як є.

Дивіться відео, підтримуйте переглядами та поширюйте.

<https://youtube.com/@peopleofkherson?si=RsnFcR2QJWm1-4tl>

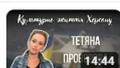


Зовнішня промоція в соцмережах речника ОВА Сергія Братчука

Додаток Г

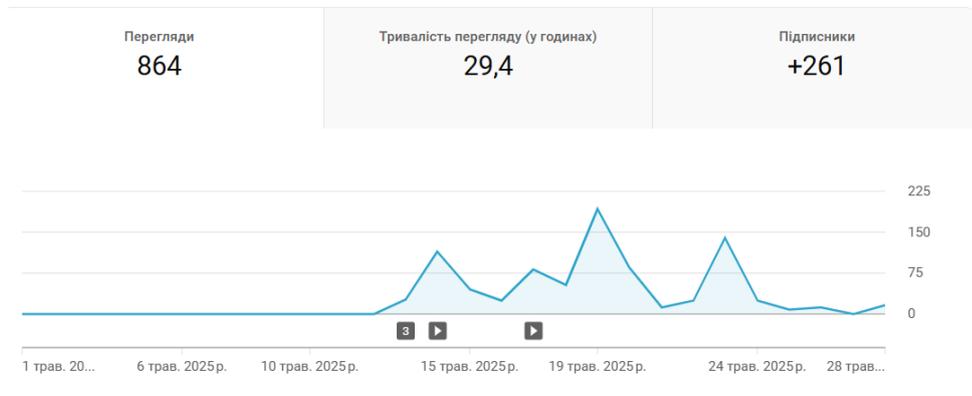
Вміст		Тривалість	Дата публікації	Перегляди ↓	Тривалість перегляду (у годинах)	Підписники
<input type="checkbox"/>	Усього			864	29,4	261
<input type="checkbox"/>	 «Найважливіше – залишатися людьми» Антон ...	11:45		293 33,9%	11,5 39,1%	3 1,2%
<input type="checkbox"/>	 «Ми повинні завжди забезпечувати людей водою» ...	21:47		178 20,6%	11,6 39,4%	76 29,1%
<input type="checkbox"/>	 «Бізнес у Херсоні буде розвиватися» Тетяна Кучер...	10:33		152 17,6%	2,8 9,4%	70 26,8%
<input type="checkbox"/>	 «Театр – це виплеск всього, що я пережила» Тетя...	14:44		141 16,3%	2,4 8,1%	2 0,8%
<input type="checkbox"/>	 «Вибору не має – ми маємо робити свою роботу» ...	13:58		100 11,6%	1,2 3,9%	77 29,5%

Загальна статистика переглядів

Відео	Видимість	Обмеження	Дата ↓	Перегляди	Коментарі	"Подобається" (%)
<input type="checkbox"/> 	Для всіх	Авторські права	17 трав. 2025р. Опубліковано	293	5	100,0% 38 оцінок "подобається"
<input type="checkbox"/> 	Для всіх	Авторські права	14 трав. 2025р. Опубліковано	141	7	100,0% 38 оцінок "подобається"
<input type="checkbox"/> 	Для всіх	Авторські права	14 трав. 2025р. Опубліковано	100	4	100,0% 45 оцінок "подобається"
<input type="checkbox"/> 	Для всіх	Авторські права	14 трав. 2025р. Опубліковано	178	8	100,0% 56 оцінок "подобається"
<input type="checkbox"/> 	Для всіх	Авторські права	13 трав. 2025р. Опубліковано	152	11	100,0% 45 оцінок "подобається"

Статистика по взаємодії з контентом

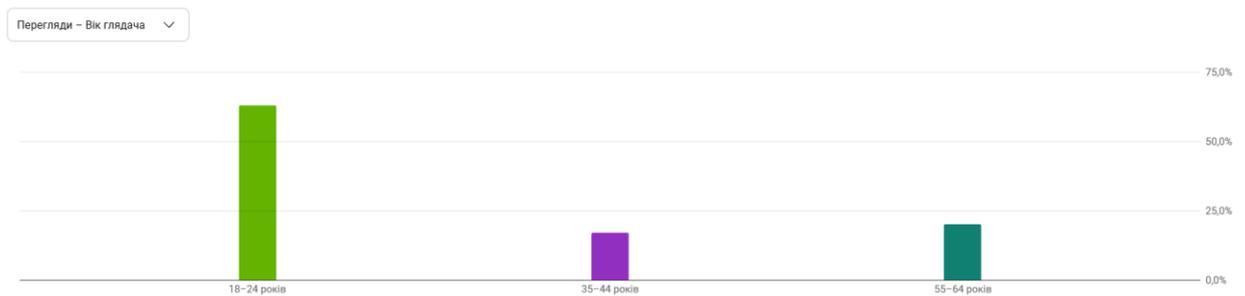
За останні 28 днів ваш канал отримав 864 перегляди



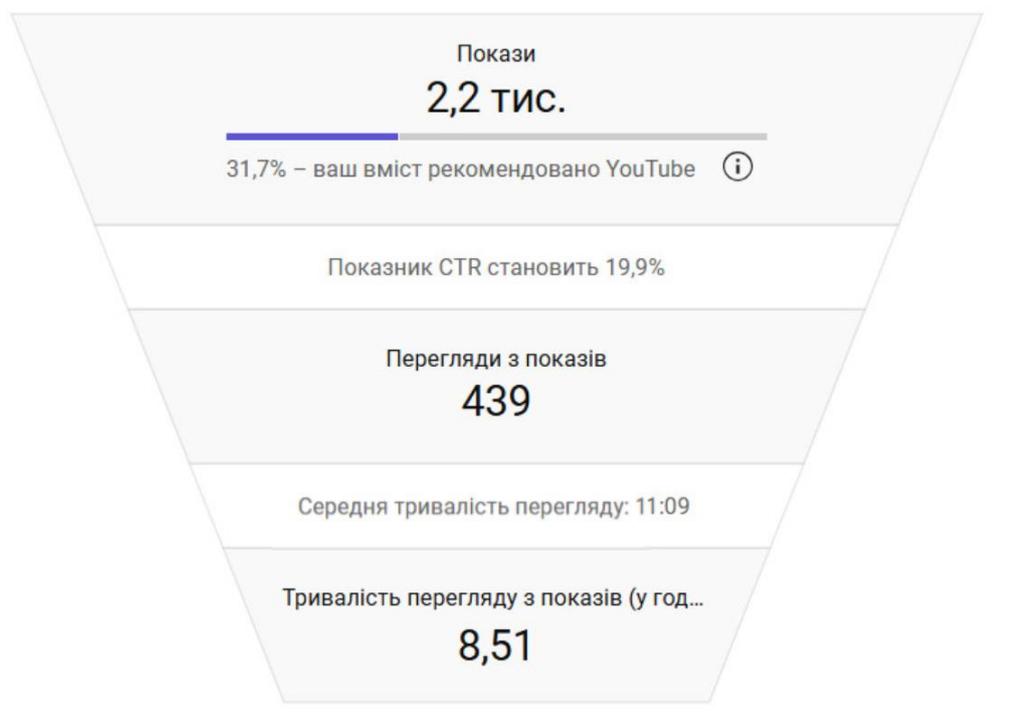
Кількість та тривалість переглядів

Місцезнаходження	Перегляди ↓	Тривалість перегляду (у годинах)
<input type="checkbox"/> Усього	864	29,4
<input type="checkbox"/> Україна	535 61,9%	22,4 76,4%
<input type="checkbox"/> Польща	69 8,0%	0,7 2,3%
<input type="checkbox"/> Німеччина	27 3,1%	0,4 1,4%
<input type="checkbox"/> Чехія	21 2,4%	0,2 0,6%
<input type="checkbox"/> Швеція	10 1,2%	0,1 0,3%

Статистика по країнам перегляду



Вікова вибірка глядачів



Покази і їх вплив на тривалість перегляду

Додаток Д

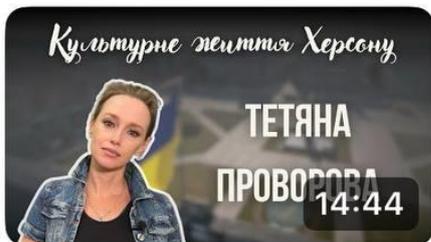


«Найважливіше — з... :

293 перегляди · 12 днів тому

Авторські права

38
 5



«Театр — це виплес... :

141 перегляд · 2 тижні тому

Авторські права

38
 7



«Вибору не має — м... :

100 переглядів · 2 тижні тому

Авторські права

45
 4



«Ми повинні завжд... :

178 переглядів · 2 тижні тому

Авторські права

56
 8



«Бізнес у Херсоні б... :

152 перегляди · 2 тижні тому

Авторські права

45
 11

Загальні показники переглядів та взаємодій (лайки, коментарі)

-  @ОлександраГнатюк-щ7р 2 тижні тому
Наші люди - неймовірно сильні 🤝💪
-  1   Відповісти
-
-  @ЛизаМаяцкая-у7и 2 тижні тому
Надзвичайно надихає! Підприємці – рушійна сила відбудови. 🙌🙌🙌
-    Відповісти
-
-  @Тетяна-ь6ц 10 днів тому
Мужні, Справжні, Сміливі, Людяні. ГЕРОІ!!! ❤️❤️❤️
-    Відповісти
-
-  @inpasamoilenko2853 9 днів тому
Незламні наші люди!🇺🇦 Незламний ХЕРСОН!❤️🇺🇦🇺🇦❤️🇺🇦
-    Відповісти
-
-  @КарінаПрядко-з5л 2 тижні тому
Дуже зворушлива історія. Після всього, що пережила Херсонщина, бачити, як люди знову працюють, тримаються і знаходять сили для життя – це надихає. Чекаю нове відео!
-    Відповісти
-
-  @Анастасія-ц7ы 9 днів тому
Гарна робота!
-    Відповісти
-
-  @Larysa-y1n 10 днів тому
Прекрасний матеріал. Він допомагає тим, хто зараз у Херсоні і тим, хто виїхав і з нетерпінням чекає перемоги.
-    Відповісти
-
-  @anna_kuras6350 2 тижні тому
Дуже цікаво слухати 🙌
-    Відповісти
-
-  @marrgoo 2 тижні тому
яка мила жінка!
дуже проймаюче відео, бажаю тільки хорошого цій жінці, вона молодець!
чекаю на нові історії

Коментарі до відео «Бізнес у Херсоні буде розвиватися» | Тетяна Кучеренко |
Голоси Херсону

- O** @ОксанаПрисяжная-ь9r 13 днів тому
Дякую колективу за роботу.
- A** @Анастасія-ц7ы 2 тижні тому
Дуже гарна робота! Неймовірно цінуємо роботу таких людей, які віддають себе задля інших 🙏👍
- О** @ОксанаМиколаївнаПрисяжна 2 тижні тому
Дякуємо всьому колективу КП "Теплокомунгосп" за те, що в наших будинках є вода. Ваш внесок у суспільство неоціненний і надзвичайно важливий! Ваша робота потрібна людям.
- H** @НаталіяМироненко-г8ь 13 днів тому
Дякую КП Теплокомунгосп за роботу в такий тяжкий час
- О** @ОлександраГнатюк-щ7р 2 тижні тому
Величезне дякую маленьким, але сильним духом, людям великої держави ❤️👍
- Л** @ЛизаМаяцкая-у7и 2 тижні тому
Дуже важливо чути тих, хто тримає на собі інфраструктуру міста. Дякуємо всім працівникам комунальних служб за вашу стійкість і працю в складні часи!
- T** @Тетяна-ь6ц 10 днів тому
Дякую за роботу ❤️
- L** @Larysa-y1n 10 днів тому
Нас не зламати!

Коментарі до відео «Ми повинні завжди забезпечувати людей водою» | КП «Теплокомунгосп» | Голоси Херсону

- A** @Анастасія-ц7ы 9 днів тому
Неймовірні люди, незламного Херсону 🙏
- T** @Тетяна-ь6ц 10 днів тому
Які у нас мужні люди
- О** @ОлександраГнатюк-щ7р 2 тижні тому
Неймовірна повага і вдячність Максиму та всім рятувальникам, які щодня ризикують життям заради інших. Це справжній героїзм – тихий, щоденний, без пафосу, але з величезною силою духу. Дякуємо за мужність, витримку і віру, яку ви несете навіть у найтемніші моменти ❤️👍
- З** @ЗіновійТичківський 10 днів тому
Тримайтеся. Скоро Херсон відновиться

Коментарі до відео «Вибору не має — ми маємо робити свою роботу» | Максим Мясоедов | Голоси Херсону

- 

@ЗіновійТичківський 10 днів тому

Разом ми сильні

👍 1 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@Анастасія-ц7ы 9 днів тому

Херсонці найкращі! 🥰

👍 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@appaKuraz6350 2 тижні тому

найкращі херсонці!

👍 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@АллаБардар-ь6а 2 тижні тому

Які у нас талановиті та сильні люди!

👍 1 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@ОлександраГнатюк-ц7р 2 тижні тому

Наші люди 🙏

👍 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@Тетяна-ь6ц 10 днів тому

Херсон-це Україна

👍 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@АлександраКолодий-щ8ь 2 тижні тому

Херсон це Україна

👍 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮

Коментарі до відео «Театр — це виплеск всього, що я пережила» | Тетяна Проворова | Голоси Херсону

- 

@mayorsha 11 днів тому

Дякуючи ініціативі Антона, багато учасників процесу плетіння сіток для наших військових відчули себе потрібними, корисними і реалізованими хоча б частково. Зберегти життя нашим захисникам – найцінніше, що можна зробити. Шана нашим небайдужим людям і слава нашим ЗСУ. ВІРИМО І ТРИМАЄМОСЯ 🙏🙏🙏🙏🙏🙏

👍 3 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@НаталіяЩербань-ф2р 7 днів тому

Незламні, непоборні, сильні, працелюбні, сміливі, щирі Херсонці, віримо в Перемогу, дякуємо за збережені життя воїнів !!!

👍 2 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@ЗіновійТичківський 10 днів тому

Історія. Наша справжня історія. Здоров'я Вам, незламні ХЕРСОНЦІ

👍 2 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@ОлексійКолмієць 10 днів тому

Обіймаю Вас! Ваша праця (молодь і старші), Ваша Віра, працелюбність і сміливість надихають інших не бути невдячними а сонних розбудять! Честь!

👍 3 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮
- 

@Тетяна-ь6ц 10 днів тому

Суперові херсонці. Справжні УКРАЇНЦІ ❤️

👍 2 🗨️ 🌐 Відповісти

⋮

Коментарі до відео «Найважливіше — залишатися людьми» | Антон Колосов | Голоси Херсону

АНОТАЦІЯ

Гулько А. О., Створення авторського ютуб-каналу для міжнародної аудиторії про наслідки війни в Україні та умови життя людей в деокупованій Херсонщині – «Голоси Херсону».

Ключові слова: журналістика, війна в Україні, деокупація, Херсон, інтерв'ю, особисті історії, YouTube, медіапроект, документальне відео, міжнародна аудиторія, свідчення, локальний контент.

У цій кваліфікаційній бакалаврській роботі я дослідила процес створення та реалізації авторського журналістського проекту «Голоси Херсону» — серії відеоінтерв'ю, що висвітлюють життя мешканців деокупованих територій на прикладі Херсонщини. Основна мета роботи полягала у фіксації персонального досвіду громадян у постокупаційний період засобами сучасної журналістики.

У теоретичній частині я проаналізувала жанр інтерв'ю у контексті суспільно важливої журналістики, специфіку роботи в посттравматичних спільнотах, а також роль візуальних форматів у документуванні локальної пам'яті. Особливу увагу приділено етичним стандартам під час взаємодії з респондентами, які пережили окупацію.

Практична частина охоплює розробку концепції, структурування випусків, створення серії відео, їх публікацію на платформі YouTube, аналіз динаміки переглядів і зворотного зв'язку. Робота базується на авторському підході до документальної фіксації та репрезентації регіонального досвіду в умовах війни.

Проект демонструє можливості індивідуальної журналістської ініціативи в умовах обмежених ресурсів і підтверджує потенціал локального контенту як джерела суспільно значущої інформації.

ANNOTATION

Hunko A. O., Creation of an author's YouTube channel for an international audience about the consequences of the war in Ukraine and the living conditions of people in the deoccupied Kherson region.

Keywords: journalism, war in Ukraine, deoccupation, Kherson, interview, personal stories, YouTube, media project, documentary video, international audience, testimony, local content.

In this qualifying bachelor's thesis, I investigated the process of creating and implementing the author's journalistic project "Voices of Kherson" - a series of video interviews that highlight the lives of residents of the deoccupied territories using the example of the Kherson region. The main goal of the work was to record the personal experience of citizens in the post-occupation period using modern journalism tools.

In the theoretical part, I analyzed the interview genre in the context of socially important journalism, the specifics of work in post-traumatic communities, as well as the role of visual formats in documenting local memory. Particular attention is paid to ethical standards when interacting with respondents who survived the occupation.

The practical part covers the development of a concept, structuring issues, creating a series of videos, publishing them on the YouTube platform, analyzing the dynamics of views and feedback. The work is based on the author's approach to documentary recording and representing regional experience in wartime.

The project demonstrates the possibilities of individual journalistic initiative in conditions of limited resources and confirms the potential of local content as a source of socially significant information.