



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри журналістики  
та мовної комунікації  
Світлана ХАРЧЕНКО  
«    »            2025 р.

ЗАВДАННЯ  
на виконання дипломного проєкту бакалавра студентці  
**Бровченко Дар'ї Володимирівні**

Спеціальність 061 Журналістика

Тему дипломного проєкту бакалавра: **«Підготовка відеоконтенту з екологічної проблематики»**

затверджено наказом ректора НУБіП України від 27 січня 2025 р. № 90 «С».

Термін подання завершеної роботи на кафедру 01.05.2025

**Вихідні дані до дипломного проєкту бакалавра:** джерелом дослідження слугували дані, зібрані в результаті опитування мешканців м. Черкаси (як безпосереднє проведення опитувань, так і у соціальній мережі Instagram). Для реалізації проєкту було створено серію з трьох відео, які публікувалися на YouTube-каналі. Застосовано такі методи: теоретичний, який дозволив систематизувати матеріали; порівняльний, що сприяв аналізу рівня обізнаності респондентів щодо проблематики; емпіричний, що уможливив безпосереднє проведення опитувань та створення відеоконтенту.

**Перелік питань, які потрібно розробити:** проаналізувати екологічну політику України та вплив медіа на формування екологічної свідомості; оцінити ефективність відеоконтенту як інструменту комунікації; визначити ключові елементи, які впливають на ефективність відеоконтенту з екологічної тематики; розробити стратегію просування відеоконтенту, враховуючи особливості роботи платформ YouTube, Facebook, Instagram та механізми залучення аудиторії до обговорення екологічних питань; дослідити концепцію просування відеоконтенту та оцінити його вплив на аудиторію.

Дата видачі завдання «01» жовтня 2024 р.

Керівник дипломного проєкту бакалавра  
доктор філологічних наук, професор  
Завдання прийняла до виконання

Тетяна СЕМАШКО

Дар'я БРОВЧЕНКО

## ЗМІСТ

<b>ЧАСТИНА І.....</b>	<b>4</b>
Резюме проєкту.....	4
<b>ЧАСТИНА ІІ.</b>	
<b>ВСТУП</b>	
<b>РОЗДІЛ 1. ЕКОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА В СТРУКТУРІ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Екологічна політика в Україні.....	7
1.2. Теоретичні засади дослідження екологічних проблем у вітчизняних ЗМІ.....	10
1.3. Технології формування інформаційно-інтелектуального компонента екокультури особистості за допомогою медіа.....	18
1.4. Відеоконтент як засіб формування екологічної свідомості.....	21
<b>Висновки розділу 1.....</b>	<b>23</b>
<b>РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ВІДЕОКОНТЕНТУ З ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ ЯК ПРОЯВ ЕКОСВІДОМОСТІ ОСОБИСТОСТІ .....</b>	<b>25</b>
2.1. Місце відеоконтенту з-поміж можливих форм комунікації.....	25
2.2. Принципи створення відеоконтенту для підвищення екологічної свідомості аудиторії.....	27
2.3. Концепція просування та канали поширення відеоконтенту.....	29
2.4. Оцінка ефективності відеоконтенту з екологічної проблематики.....	30
<b>Висновки до розділу 2.....</b>	<b>31</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>33</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>34</b>

## ЧАСТИНА І.

### Резюме проєкту

<https://youtube.com/channel/UC11TqWUJePKus6Q0hRL5HLQ?si=X7Nhu3bygoiIRL7S>

«Екоголос» – це екологічна ініціатива, що формує екологічну свідомість у Черкасах. Ми досліджуємо стан довкілля, говоримо про реальні екологічні виклики, які впливають на місто, та шукаємо ефективні рішення разом із громадою. Наша мета – не лише інформувати, а й мотивувати до конкретних дій, що зроблять місто чистішим і безпечнішим для життя.

Завдяки відеоформату ми візуалізуємо проблеми довкілля, аналізуємо їхні причини та розглядаємо успішні приклади їх подолання. Контент «Екоголос» охоплює кілька ключових напрямів: дослідження екологічних загроз у Черкасах, спілкування з експертами та активістами, демонстрація реальних кейсів позитивних змін та заклики до дій.

Робота над проєктом включає детальний аналіз екологічної ситуації міста, опитування мешканців та експертів, пошук найкращих практик боротьби із забрудненням та зйомку тематичних відео. Ми прагнемо створювати якісний і змістовний контент, який не лише висвітлює проблеми, а й пропонує їх вирішення.

«Екоголос» – це не просто YouTube-канал, це майданчик для взаємодії громади. Ми залучаємо активістів, місцеві ініціативи та фахівців, щоб разом працювати над покращенням екологічного стану Черкас. Співпраця з екологічними організаціями, залучення волонтерів та організація інформаційних кампаній – усе це допомагає нам поширювати екологічні ідеї та досягати реальних змін.

## **ВСТУП**

### **Актуальність дослідження**

Екологічні проблеми стали однією з глобальних загроз для людства, і кожен має брати активну участь у їх вирішенні. З огляду на стрімкий розвиток медіатехнологій, відеоконтент здатний ефективно донести інформацію про екологічні проблеми до широкої аудиторії, відео є важливим інструментом у формуванні екологічної свідомості. Екологічні питання стають дедалі актуальнішими в Україні, і використання засобів масової інформації для підвищення обізнаності населення про ці проблеми має величезне значення.

### **Мета дослідження**

Мета дослідження – визначити роль відеоконтенту як засобу формування екологічної свідомості в Україні.

### **Завдання**

1. Проаналізувати екологічну політику України та вплив медіа на формування екологічної свідомості.
2. Оцінити ефективність відеоконтенту як інструмент комунікації в екологічній тематиці.
3. Визначити ключові елементи, які впливають на ефективність відеоконтенту з екологічної тематики.
4. Дослідити концепції просування відеоконтенту та оцінити його вплив на аудиторію.

### **Об'єкт дослідження**

Об'єктом дослідження є процес виробництва, розповсюдження та сприйняття відеоконтенту, присвяченого екологічній темі.

### **Предмет дослідження**

Предметом дослідження є технології та ефекти медіаформування екологічної свідомості за допомогою відеоконтенту в українському інформаційному просторі.

### **Методи дослідження**

У роботі використано контент-аналіз екологічного відеоконтенту, соціологічні методи (анкетування, опитування), емпіричне дослідження шляхом створення та тестування контенту, а також статистичний аналіз впливу на аудиторію.

### **Практичне значення**

Практичне значення дослідження полягає в розробленні, створенні та просуванні відеоконтенту на екологічну тематику, а також у визначенні ефективних підходів до підвищення екологічної обізнаності аудиторії через медіа.

**Апробація.** Основні положення роботи обговорювалися на II Міжнародній науково–практичній конференції «Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікація» (03 квітня 2025 р.). Тема доповіді «Соціальні мережі – потужний інструмент формування екологічної свідомості»

**Структура роботи:** робота складається з 2 розділів, висновків, списку використаних джерел.

Загальний обсяг роботи – 37 сторінок.

## **РОЗДІЛ 1. ЕКОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА В СТРУКТУРІ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ**

### **1.1. Екологічна політика в Україні**

Екологічна політика в Україні є складником загальної державної політики, спрямованої на забезпечення екологічної безпеки, охорону навколишнього середовища та збереження біологічного різноманіття. Ця політика реалізується на міжнародних, національних, регіональних та місцевих рівнях.

Одним з основних стратегічних напрямків є сталий розвиток, що уміщує збалансоване використання природних ресурсів, збереження екосистем і зменшення негативного впливу діяльності людини на навколишнє середовище. Важливим аспектом сталого розвитку є формування екологічної свідомості громадян, освітня діяльність та інтеграція екологічних вимог в усі сфери діяльності. Ще одним важливим напрямком є збереження біорізноманіття. Україна бере активну участь в охороні рідкісних видів флори та фауни, створенні заповідників і національних парків, реалізації міжнародних проєктів у рамках Бернської конвенції (міжнародна угода, спрямована на збереження дикої природи Європи. Вона охороняє рідкісні види флори та фауни. Україна приєдналася у 1996 році). Та інших природоохоронних угод. Збереження біорізноманіття – важливий фактор підтримання екологічної стабільності та забезпечення продовольчої безпеки [8].

Адаптація до зміни клімату також є однією з основних цілей національної екологічної політики України. З огляду на природні та економічні наслідки глобальної зміни клімату, Україна активно працює над скороченням викидів парникових газів, підвищенням енергоефективності та розвитком відновлюваних джерел енергії.

Нормативно-правова база екологічної політики України є основою для її реалізації, визначаючи правила та норми, яких повинні дотримуватися всі учасники екологічної діяльності. Основні документи, що регулюють екологічні питання в країні, включають концепції та стратегії, а також спеціальні закони. Наприклад, Закон

України «Про Фонд охорони природи України» встановлює правила фінансування природоохоронних заходів, а Закон «Про тваринний світ» охороняє фауну та регулює використання тваринних ресурсів. Крім того, важливими є закони «Про оцінку впливу на довкілля» (2017) та «Про стратегічну екологічну оцінку» (2018). Ці закони зобов'язують проводити оцінку можливих екологічних ризиків під час розробки нових проєктів, що дозволяє запобігати негативному впливу на навколишнє середовище ще на етапі планування [5].

Заразом, Україна є членом Організації Об'єднаних Націй і активно долучається до міжнародної природоохоронної діяльності. Україна підписала Бернську конвенцію про збереження видів дикої фауни та флори, що перебувають під загрозою зникнення, а також співпрацює з такими міжнародними організаціями, як Програма ООН з довкілля (ЮНЕП) та Європейська економічна комісія ООН (ЄЕК ООН). Окрім цього, Україна реалізує екологічні проєкти та ініціативи у партнерстві з Програмою розвитку ООН (ПРООН).

Важливими напрямками міжнародної екологічної політики є співпраця з іншими країнами у сфері захисту транскордонних річкових і морських екосистем, зокрема Чорного та Азовського морів, а також проведення спільних досліджень і впровадження заходів для боротьби зі зміною клімату [5].

Екологічна політика України не обмежується деклараціями та стратегічними документами, а втілюється в реальних діях та ініціативах. Результати цих заходів охоплюють широкий спектр питань, від охорони природних ресурсів до енергоефективності, і є помітними на національному, регіональному та місцевому рівнях. Нижче наведено конкретні приклади успішної екологічної політики в Україні.

*Програма «Зелена країна»* – ключовий етап екологічної ініціативи України, спрямованої на відновлення лісових ресурсів і боротьбу зі зміною клімату. У рамках програми Україна поставила амбітну мету – посадити 1 мільярд дерев до 2030 року. З початку реалізації програми було висаджено понад 200 мільйонів дерев. Це не тільки збільшить площу лісів в Україні, а й сприятиме скороченню викидів вуглекислого газу, оскільки дерева поглинають вуглекислий газ, що викидається в атмосферу внаслідок діяльності людини. Проєкт має і соціальний складник, активно залучаючи широку

громадськість до захисту довкілля. Посадку дерев проводять у різних регіонах країни, зокрема в районах, які постраждали від лісових пожеж [13].

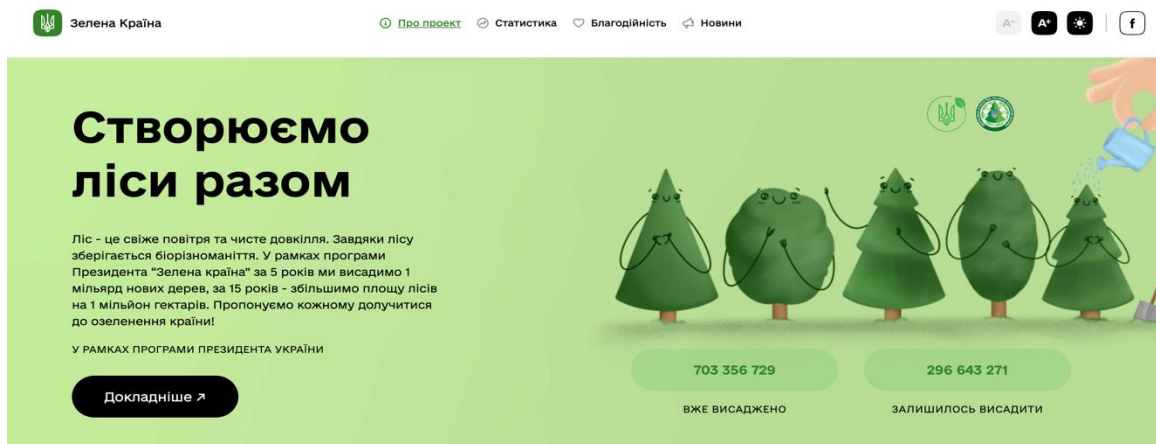


Рис. 1.1. Зелена країна

Джерело [13].

*Реформа управління відходами в Україні.* У липні 2023 року набув чинності Закон про управління відходами та розпочалася реформа в цій галузі. Ключовими напрямками цієї реформи є повторне використання та переробка відходів, розвиток сучасної інфраструктури та нормативно-правова база відповідно до директив ЄС. Було запроваджено ієрархію управління відходами, в якій пріоритет віддається сортуванню, повторному використанню та переробці. Такі відходи, як папір, пластик, скло, метал і біологічні відходи, збираються окремо. Особлива увага приділяється відходам, що утворилися внаслідок руйнувань, спричинених військовими діями. Уряд затвердив низку постанов, зокрема тих, що регламентують утилізацію побутових і будівельних відходів в особливих умовах. Серед очікуваних результатів реформи – охоплення 100 % населення системою роздільного збору, переробка щонайменше 50 % побутових відходів, створення 200 полігонів для утилізації відходів, закриття незаконних сміттєзвалищ і скорочення кількості звалищних відходів. Реформи також обмежили поширення пластикових пакетів і сприяли просуванню екологічно чистих альтернатив. Формування культури екологічної свідомості є ключовим фактором успіху цих реформ, які наближають Україну до європейських стандартів [15].

*Енергоефективні будівлі в Україні.* У рамках програми «Енергодім» у Києві та Львові було реалізовано пілотні проєкти з енергомодернізації житлових будинків. Енергоспоживання в цих будинках було знижено на 40-50% за рахунок заміни вікон, утеплення фасадів та встановлення сучасних систем опалення. Ці проєкти демонструють переваги інвестицій в енергоефективність. Зокрема, мешканці отримали значну економію на комунальних платежах, поліпшили комфорт і підвищили вартість нерухомості. Загалом ці ініціативи допомагають знизити залежність від імпорту енергоресурсів і відповідають стандартам ЄС у сфері сталого розвитку. Подібні проєкти реалізуються і в інших регіонах України, а в майбутньому ці ініціативи можуть бути поширені на всю країну, щоб скоротити викиди парникових газів і підвищити енергоефективність житлового фонду [7].

Екологічна політика України є комплексною та багатогранною, охоплює широкий спектр аспектів – від охорони природних ресурсів до зміни клімату. Вона заснована на принципах сталого розвитку, збереження біорізноманіття, енергоефективності та адаптації до зміни клімату. Україна активно реалізує міжнародні угоди та співпрацює з іншими країнами в галузі охорони довкілля.

## **1.2. Теоретичні засади дослідження екологічних проблем у вітчизняних ЗМІ**

Екологічні проблеми все активніше проникають в український медіапростір, що свідчить про зростання суспільної зацікавленості та обізнаності щодо екологічних проблем. ЗМІ відіграють вирішальну роль у формуванні екологічної свідомості громадян, інформуючи про наслідки зміни клімату, забруднення довкілля та вичерпання природних ресурсів. Це допомагає вийти за рамки вузьких спеціалістів у суспільство [21].

Екологічна тематика в сучасних ЗМІ мають величезне значення. Висвітлення проблем допомагає формувати обізнаність громадськості про стан навколишнього середовища та необхідність її захисту. Інформування громадськості про екологічні катастрофи, зміни клімату тощо не тільки допомагає зрозуміти масштаб проблеми, але й дозволяє змінити ставлення до

навколишнього середовища. Важливим є те що засоби масової інформації можуть мотивувати до змін способу життя, особливо до раціонального споживання, скорочення використання пластику та енергозбереження. Поширення таких ініціатив допоможе людям усвідомити свою відповідальність за збереження планети для майбутніх поколінь. Засоби масової інформації будуть стимулювати громадську активність, заохочуючи участь в екологічних акціях, волонтерську діяльність і підтримку законодавчих змін, спрямованих на захист навколишнього середовища. В умовах глобалізації ЗМІ можуть забезпечити обмін досвідом між різними країнами, культурами та людьми, а також спільний пошук розв'язання екологічних проблем. ЗМІ можуть просувати такі ініціативи серед компаній. Отже, екологічні проблеми в засобах масової інформації є не тільки інформаційним інструментом, а й потужним механізмом соціальних змін, що сприяє створенню більш стійкого і усвідомленого світу [21].

Екологічна журналістика – це міждисциплінарна галузь, яка об'єднує елементи комунікації, соціології, екології та навіть психології. Дослідники використовують різноманітні методи для аналізу контенту.

*Теорія «агентства».* Ця теорія ґрунтується на тому, що медіа можуть формувати «порядок денний» суспільства. Чим частіше тема висвітлюється в медіа, тим важливішою вона стає для аудиторії. Наприклад, частіше висвітлення теми зміни клімату приверне увагу до необхідності заощаджувати енергію та зменшувати викиди вуглецю [14].

*Фрейм-аналіз або рамковий підхід.* Цей підхід аналізує, як журналісти висвітлюють екологічні події. Наприклад, висвітлення вирубки лісів може зосереджуватися на економічних наслідках, шкоді довкіллю. Вибір ракурсу впливає на те, як аудиторія сприймає цю проблему [1].

*Контент-аналіз.* Кількісний аналіз використовується для того, щоб з'ясувати, скільки статей присвячено екологічній тематиці, які аспекти висвітлюються найчастіше та які жанри використовуються. Якісний аналіз дає змогу глибше зрозуміти зміст та емоційний контекст [9].

Екологічна інформація у ЗМІ охоплює широкий спектр тем, від глобальних питань (зміна клімату, забруднення морського середовища) до локальних (водні ресурси, вирубка лісів). Основними жанрами, в яких подається така інформація, є:

- Новини – термінові повідомлення про екологічні катастрофи та екологічні ініціативи.
- Репортажі – докладні репортажі з місця подій, що дають змогу аудиторії «відчути» ситуацію.
- Аналітичні статті – пояснення причин і наслідків екологічних явищ.
- Інтерв'ю – бесіди з експертами, що розкривають складні аспекти екологічних проблем.

Одним із важливих аспектів є регулювання доступу до екологічної інформації в Україні. Українське законодавство передбачає доступ громадськості до інформації. Наприклад, згідно із Законом про охорону довкілля, громадяни мають право на отримання інформації про стан довкілля. Однак на практиці журналісти стикаються з такими перешкодами, як непрозорість компаній та обмежений доступ до державних даних.

У XXI столітті екологічна журналістика зазнає значних змін. Можна виділити кілька важливих змін – нових тенденцій в екологічній журналістиці.

По-перше, оцифрування. Екологічні теми активно поширюються через соціальні мережі, подкасти та відеоконтент. Це дає змогу охопити ширшу аудиторію, залучити молодь і тих, хто рідко користується традиційними ЗМІ.

По-друге, посилюється регіональна спрямованість. Журналістів дедалі більше хвилюють місцеві проблеми, як-от забруднення Дніпра чи погіршення якості повітря в промислових містах. Ця тенденція сприяє кращому розумінню ситуації та активнішій участі громадян у її вирішенні.

По-третє, співпраця з місцевими спільнотами. Сучасні журналісти дедалі частіше виступають у ролі посередників між громадянами та владою, висвітлюючи екологічні проблеми та допомагаючи знайти шляхи їх вирішення. Аналіз екологічної тематики в ЗМІ не лише допомагає зрозуміти, як

журналістика реагує на поточні виклики, а й виявляє шляхи вдосконалення підходу до висвітлення цих питань. Це може призвести до створення якісних інформаційних продуктів, здатних вплинути на екологічну культуру суспільства [11].

Розглянемо, як саме українські медіа розкривають екологічні питання, на прикладі окремих видань. Для того, щоб оцінити, як саме українські медіа висвітлюють екологічну тематику, проведемо аналіз українських медіа, зосереджуючись на тому, наскільки вони сприяють формуванню екологічної свідомості та вирішенню екологічних проблем.

*Інформаційне агентство УНІАН* (Українське Незалежне Інформаційне Агентство Новин) має широкий спектр тем включаючи політику, економіку, міжнародні події та інші. Екологічна тема не є винятком – УНІАН активно висвітлює екологічні проблеми та аналізує ситуацію в Україні та світі.

Розділ «Екологія» на сайті УНІАН:

В УНІАН є спеціальний розділ «Екологія», в якому зібрані всі новини, статті та інтерв'ю на екологічну тематику. Цей розділ охоплює широкий спектр тем, включно з:

1. Новини. У цьому розділі регулярно оновлюється інформація про екологічну ситуацію в країні та світі. Висвітлюються питання екологічного стану, включаючи природні катастрофи, зміни клімату, ініціативи з охорони довкілля та інші важливі екологічні теми [12].

2. Аналітичні матеріали та інтерв'ю. УНІАН регулярно публікує глибокі аналітичні статті, присвячені різним екологічним питанням. Також присутні інтерв'ю з експертами у сфері екології, що допомагає читачам краще розуміти складні екологічні проблеми та знаходити можливі шляхи їх вирішення.

3. Спеціальні проєкти. УНІАН висвітлює основні екологічні ініціативи та події, такі як Конференція ООН зі зміни клімату, де Україна презентує свої екологічні проєкти та результати.

Роль УНІАН у вирішенні екологічних питань:

Приклади матеріалів:

- «Екоцид масштабу ядерного удару. Наслідки підриву Каховської ГЕС для України» – аналіз екологічних наслідків підриву Каховської ГЕС та його впливу на майбутнє України.
- «Кліматолог Євгенія Засядько: війна посилює зміни клімату в Україні» – інтерв'ю з керівницею відділу клімату ГО «Екодія» про вплив війни на кліматичні зміни в Україні [12].



Рис 1.2. Новини екології УНІАН

Джерело [12]

Розділ «Екологія» УНІАН інформує українську громадськість про актуальні проблеми та ініціативи у сфері охорони довкілля та сприяє підвищенню екологічної свідомості. У такий спосіб агентство заохочує громадян до активної участі у вирішенні екологічних проблем.

Державне інформаційне агентство *Укрінформ* не має окремого розділу «Екологія», як УНІАН, але при пошуку за ключовим словом «екологія» можна знайти багато статей та новин, пов'язаних з цією темою. Укрінформ публікує як світові, так і українські новини, що стосуються екології [17].

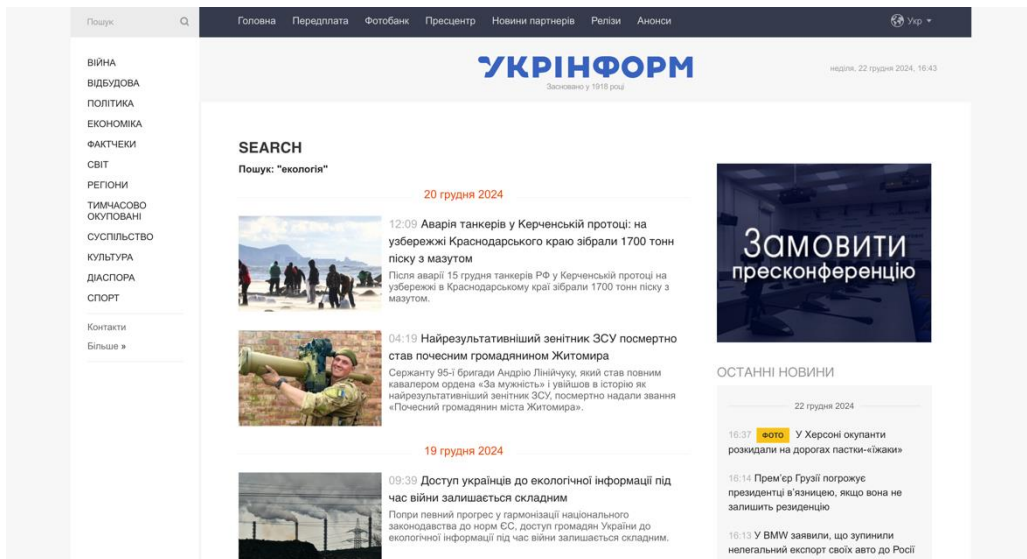
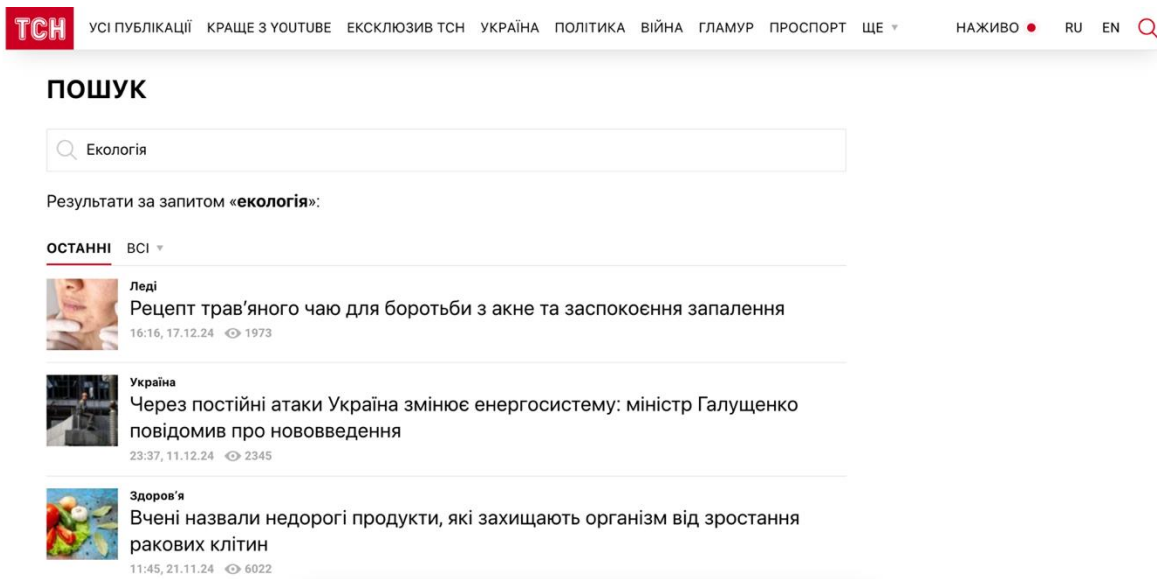


Рис 1.3. Новини за пошуком “Екологія” Укрінформ

Джерело [17]

Укрінформ публікує матеріали з широкого кола екологічних питань, включно зі зміною клімату, забруднення навколишнього середовища, проблеми природних ресурсів, а також локальні екологічні катастрофи. Основна увага приділяється наданню чіткої інформації в новинних повідомленнях, часто висвітлюють як українські, так і світові події. І хоча Укрінформ публікує екологічні питання, однак вони висвітлюються не так часто, як інші актуальні теми, зокрема, політика та економіка. Екологічні новини публікуються на сайті і, як правило, нечасто. Відсутність постійного, окремого розділу, присвяченого екології свідчить про те,



що ця тема не є пріоритетною серед інших видів контенту. Отже, Укрінформ інформує свою аудиторію про екологічні проблеми, але ці новини не з'являються з такою ж частотою, як новини з інших секторів [17].

Багато інформаційних агентств висвітлюють важливість збереження довкілля, природних ресурсів та інших аспектів. Однак не всі медіа вважають цю тему достатньо важливою. Наприклад, на сайті *ТСН*, одного з найбільших джерел новин в Україні, немає навіть спеціального розділу про екологію, не кажучи вже про окрему рубрику. Спочатку ми спробували знайти відповідні матеріали на сайті, але пошук за ключовим словом «екологія» показав, що більшість новин не мають нічого спільного з екологічними питаннями. Це свідчить про те, що екологічні питання не є пріоритетними в контенті *ТСН*, принаймні на рівні окремих спеціалізованих рубрик чи тем. Це може свідчити про те, що для деяких медіа-організацій екологічні питання не є настільки ж актуальними чи важливими для їхньої аудиторії, як, наприклад, політичні чи економічні питання [16].

#### Рис. 1.4. Сайт *ТСН*

Джерело [16]

Зі скріншоту видно, що на сайті немає розділів, пов'язаних з екологією. Першим результатом на пошуковий запит «екологія» є стаття під назвою «Рецепт трав'яного чаю...», яка не має жодного стосунку до екологічних проблем світу чи України [16].

В українському медіапросторі, на щастя, існують медіа, які спеціалізуються на екологічній темі. Як приклад *Екополітика онлайн-ресурс*, присвячений екологічним питанням та темам, пов'язаним з Україною та світом. Це важливий ресурс для тих, хто цікавиться питаннями сталого розвитку, екологічної політики, захисту довкілля та зміни клімату. На сайті можна побачити не тільки новини та статті, але й ряд інших важливих розділів, що роблять ресурс корисним для широкого кола читачів, які цікавляться екологічними питаннями [6]. Це і коментарі експертів, і огляди нових

законопроектів, і найсвіжіші екологічні новини. Кожен з цих розділів допомагає створити комплексну картину стану довкілля та екологічної ситуації.

1. Коментарі експертів. Екополітика активно публікує коментарі та думки експертів з екологічних питань, щоб допомогти читачам краще зрозуміти різні аспекти екологічних проблем, таких як зміна клімату, охорона довкілля, відновлювана енергетика. Такі коментарі допомагають аналізувати актуальні екологічні питання та надавати експертні оцінки.

2. Законопроекти. Ресурс публікує нові законопроекти з питань екологічної політики в Україні. Він містить огляд законодавчих ініціатив, спрямованих на покращення стану довкілля, боротьбу зі зміною клімату та вирішення інших ключових питань. Також аналізується ефективність чинного природоохоронного законодавства та його вплив на природні ресурси.

3. Екологічні новини. Екополітика надає актуальну інформацію про важливі екологічні події в Україні та світі. Це новини про катастрофи, аварії та природні зміни, а також екологічні ініціативи, акції та кампанії, спрямовані на підвищення обізнаності громадськості та сприяння змінам у ставленні до довкілля [6].

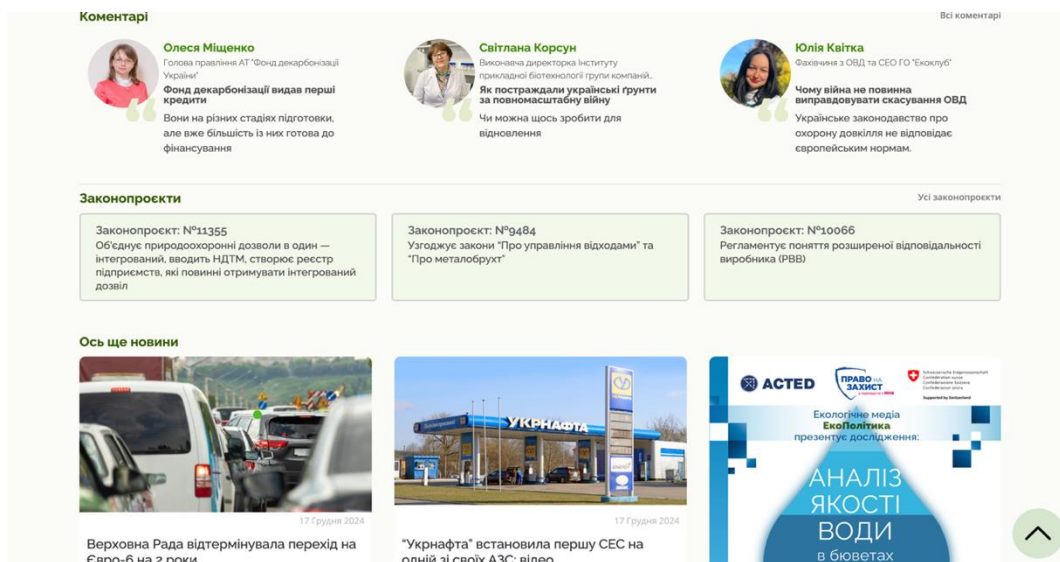


Рис 1.5. Сайт Екополітика

Джерело [6]

Екополітика – важливий ресурс, який активно висвітлює як глобальні, так і локальні екологічні проблеми, звертаючи увагу на ключові виклики, з якими стикається людство в питаннях збереження навколишнього середовища. Через свої

публікації він допомагає формувати у суспільстві більш усвідомлений підхід до взаємодії з природою, стимулюючи людей до відповідального ставлення до використання природних ресурсів та підтримки ініціатив, спрямованих на збереження планети.

Екологічна тематика набуває значної популярності в сучасному медіапросторі України, що відображає зростання суспільної свідомості та інтересу до захисту довкілля. ЗМІ активно висвітлюють питання зміни клімату, забруднення довкілля та збереження природних ресурсів і відіграють важливу роль у формуванні екологічної свідомості громадян. Однак слід зазначити, що не всі ЗМІ надають пріоритет екологічним питанням. Це свідчить про те, що для залучення більшої кількості читачів до екологічної тематики слід активніше висвітлювати цю тему.

### **1.3. Технології формування інформаційно-інтелектуального компонента екокультури особистості за допомогою медіа**

У час, коли екологічні проблеми набувають масштабного характеру, формування екологічної культури особистості стає надзвичайно релевантними. Важливу роль у формуванні екокультури відіграють медіа, особливо візуальний контент. Медіа не лише інформують, але й впливають на ставлення та поведінку людей до довкілля. Поєднуючи відео та аудіо, такі матеріали можуть донести навіть найскладніші екологічні концепції в доступній та емоційній формі. Це сприяє кращому розумінню та ефективнішому засвоєнню інформації [3].

Аспектно, що підвищення екологічної свідомості серед молоді, яка більшу частину інформації отримує з соціальних мереж, можливе лише завдяки інклюзивному підходу. Такий підхід поєднує традиційні методи навчання, такі як спостереження за рослинами, бесіди, лекції та психологічні тренінги, із сучасними форматами навчання, такими як вебінари, онлайн-тренінги, майстер-класи та онлайн-конференції. Крім того, соціальні медіа-платформи також відіграють важливу роль і дозволяють швидко та ефективно поширювати екологічний контент.

До таких платформ належать Instagram та Facebook, де екологічні ініціативи можуть бути продемонстровані за допомогою прямих трансляцій та історій. YouTube дозволяє створювати освітні та мотиваційні відео на екологічну тематику. Враховуючи ці аспекти, можна побачити, що правильна інтеграція традиційних і сучасних методів психолого-педагогічного впливу сприяє формуванню здатності до самостійної пізнавальної діяльності молоді. Це дає їм змогу свідомо отримувати та аналізувати інформацію із соціальних мереж та інших джерел. Отже, використання відеоконтенту та цифрових платформ у поєднанні з традиційними освітніми методами є важливим інструментом у процесі формування екологічної культури особистості. Це не лише підвищує обізнаність молоді з екологічними проблемами, а й допомагає їм розвивати відповідальне ставлення до довкілля [3].

Аналіз різних підходів допоможе краще зрозуміти поняття «екологічна свідомість» та зможе пролити світло на структуру та способи формування.

Дослідження в цій галузі показують, що більшість підлітків мають низький рівень екологічної свідомості. Це може бути наслідком недостатнього рівня обізнаності або відсутності екологічного виховання в освітньому процесі, відсутністю спеціалізованих програм навчання та тренінгів, які могли б допомогти сформувати екологічну відповідальність на ранніх етапах розвитку, тобто з дошкільного віку [2].

З огляду на популярність соціальних мереж, зауважимо, що підвищення екологічної грамотності неможливе без активної участі ЗМІ. Мультфільми та цифрові рольові ігри, присвячені екологічним проблемам, ефективні для дітей; соціальні мережі (наприклад, Instagram, Facebook), телесеріали, ігри та аркади – для підлітків, а інформаційні сайти, соціальні мережі та новинні ресурси – для дорослих.

Усі ці платформи сприяють формуванню різних аспектів екологічної обізнаності, проте їхній вплив часто залишається поза межами систематичних освітніх заходів. Такий комплексний підхід допоміг би не лише розвинути екологічну свідомість молоді, а й сформувати екологічне мислення, щоб люди могли критично осмислити фактори, які призвели до нинішньої ситуації природи та суспільства [2].

Інфлюенсери та блогери відіграють важливу роль у формуванні екологічної свідомості, особливо серед молоді. Вони використовують свої платформи для поширення інформації про екологічні проблеми, мотивують до зміни поведінки та роблять внесок у сталий розвиток суспільства.

У сучасних інфлюенсерів є унікальна можливість впливати на широку аудиторію, використовуючи соціальні мережі та інші цифрові платформи для поширення своїх екологічних послань. Вони фокусуються на ключових аспектах екологічної обізнаності, таких як правильна утилізація відходів, усвідомлене споживання та екологічна відповідальність. За допомогою публікацій, відеороликів і соціальних заходів вони надихають людей на впровадження в повсякденне життя екологічно безпечних звичок. В Україні є низка авторитетних людей, які активно пропагують екологічний спосіб життя та сприяють підвищенню екологічної свідомості населення:

Валентина Сафро – відома екоактивістка і блогерка, яка активно підіймає проблеми глобального потепління, необхідності поділу відходів і екологічного споживання. Вона читає лекції в школах та університетах, мотивуючи тисячі людей краще розуміти проблеми довкілля та діяти відповідально. Валентина співпрацює з екологічно свідомими брендами, які виробляють продукцію з перероблених матеріалів [4].

Альона Альона (Альона Олегівна Савраненко,) – популярна українська співачка у 2020 році випустила кліп на пісню «Тихо дітки сплять», у якому висвітленні проблеми забруднення довкілля, культури споживання та негативного впливу людської діяльності на природу. Вона регулярно наголошує на важливості дотримання принципів мінімалізму, поділу сміття та відмови від одноразового пластику в повсякденному житті.

Руслана (Лижичко Руслана Степанівна) – українська співачка, громадський діяч та активна прихильниця альтернативної енергетики. Вона закликає суспільство звернути увагу на екологічно чисті технології, як-от сонячна та вітряна енергія, і демонструє їхню ефективність на власному прикладі. Руслана вже перейшла на

«зелену» енергію у себе вдома, демонструючи важливість збереження природних ресурсів та екологічної відповідальності [4].

Інфлюенсери демонструють, як екологічні звички можуть стати частиною повсякденного життя, і спонукають глядачів змінити підхід до споживання ресурсів і скорочення відходів. Сьогодні блогери та лідери громадської думки мають потужні інструменти впливу на суспільство та активної пропаганди екологічного активізму. За допомогою своїх платформ вони можуть ефективно формувати екологічну культуру та спонукати людей до відповідальних дій. Отже, поєднуючи традиційні методи екологічної освіти із сучасними цифровими технологіями, процес просвітництва та залучення громадськості може бути більш ефективним і масштабним [10].

#### **1.4. Відеоконтент як засіб формування екологічної свідомості**

Екологічна свідомість – важливий чинник розвитку суспільства. Тільки усвідомлення масштабів екологічних проблем може спонукати людей до відповідальних дій. Цифрові медіа, особливо візуальний контент, відіграють особливу роль у сучасному суспільстві, де інформація поширюється з лякаючою швидкістю. Візуальна інформація легко сприймається глядачем, викликає емоційний відгук і може ефективно донести складні екологічні ідеї. У поєднанні з динамічними зображеннями, звуком і розповіддю відео може стати потужним інструментом не лише для інформування, а й для мотивації екологічно безпечної поведінки.

У контексті екологічної журналістики відеоконтент стає одним із найважливіших засобів підвищення обізнаності людей, оскільки він не лише інформує, а й формує стійкі екологічні звички. Екологічні проблеми з кожним роком стають дедалі актуальнішими, і їх розв'язання потребує комплексного підходу. Зокрема, важливим елементом цього процесу є формування правильної поведінки в суспільстві. Саме тут на допомогу приходить анімація – ще один потужний інструмент. Анімація – це унікальний інструмент, який не лише спрощує сприйняття складних тем, а й створює емоційне занурення в проблему [18].

Анімаційні відеоролики відкривають нові можливості для екологічної освіти, оскільки вони можуть захопити глядачів, спонукати до змін і підтримати екологічні ініціативи. У сучасних умовах особливо важливо, щоб анімація забезпечувала творчий підхід до донесення важливих екологічних ідей, необхідних сучасному суспільству. Одним із основних аспектів використання анімації є екологічна освіта, яку можна донести до глядача за допомогою яскравих, чітких та емоційних візуальних образів. За допомогою анімованих персонажів і захопливих історій можна наочно презентувати складні екологічні концепції, як-от вплив вирубки лісів на зміну клімату та природні ресурси.

Анімація також може бути потужним інструментом для підтримки екологічних кампаній, а також освіти. Це ефективний спосіб мобілізувати громадськість на активні дії. Анімаційні відеоролики в соціальних мережах можуть створювати вірусні кампанії, які залучають широку аудиторію, стимулюють дискусії та привертають увагу до глобальних екологічних проблем [20].

Соціальна реклама, за допомогою анімації, може стати важливим елементом у боротьбі зі зміною клімату та скороченням пластикових відходів. Тому для створення ефективних анімаційних кампаній важливо співпрацювати з експертами та екологічними організаціями, щоб забезпечити їхню достовірність і максимальний вплив. Така співпраця не лише забезпечує точність інформації, а й дає змогу максимально ефективно використовувати ресурси для досягнення більшого ефекту.

Насамкінець слід зазначити, що анімація стає важливим інструментом у боротьбі за порятунок планети, який може не лише пояснити складні екологічні проблеми, а й надихнути людей на активні дії [19].

Відеоконтент є ефективним інструментом для підвищення екологічної обізнаності. Завдяки емоційному впливу та здатності спрощувати складні екологічні проблеми, вони допомагають підвищити обізнаність людей і мотивувати їх до дій. Анімація може стати потужним інструментом у соціальних кампаніях та екологічній освіті, охоплюючи широку аудиторію та підтримуючи важливі ініціативи.

## Висновки до Розділу 1

Екологічна політика України спрямована на сталий розвиток і захист довкілля через різноманітні ініціативи на міжнародному, національному та місцевому рівнях. Ключовими напрямками цієї політики є скорочення викидів парникових газів, підвищення енергоефективності та розвиток відновлюваних джерел енергії для боротьби зі зміною клімату. Однак, попри досягнутий прогрес, питання адаптації до глобальних змін довкілля та поліпшення управління природними ресурсами залишаються актуальними. Законодавча та нормативна база, що регулює природоохоронну діяльність, слугує підґрунтям для таких ініціатив, однак на практиці труднощі з доступом до екологічної інформації ускладнюють моніторинг і підтримку дій громадян.

Засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні екологічної обізнаності громадян, оскільки вони можуть сприяти зміні поведінки та ставлення до довкілля за допомогою інформування та висвітлення екологічних проблем. Однак не всі ЗМІ приділяють цьому питанню достатню увагу. Це свідчить про необхідність більш активного висвітлення екологічних питань у ЗМІ. Інформація про зміну клімату, забруднення довкілля та інші екологічні загрози має бути більш доступною, щоб громадяни були вмотивовані на вжиття заходів для захисту природи. Особливо важливою є роль екологічної журналістики, яка об'єднує знання з різних дисциплін, таких як комунікація, соціологія та екологія. Аналітичні методи, такі як фрейм-аналіз і контент-аналіз, можуть бути використані для оцінки того, як ЗМІ формують суспільне сприйняття екологічних проблем. На жаль, журналісти часто стикаються з обмеженим доступом до екологічної інформації через непрозорість деяких компаній і відсутність повного доступу до державних даних. Це перешкоджає ефективному висвітленню екологічних проблем і сприяє недостатній інформованості громадськості.

У світлі сучасних технологій потужним інструментом для формування екологічної обізнаності є відеоконтент, особливо анімаційний. Візуальні засоби, такі як анімаційні короткометражні фільми, можуть значно спростити сприйняття

складних екологічних проблем і зробити їх доступними для широкої аудиторії. Завдяки емоційному впливу анімації можуть не лише інформувати, а й спонукати населення до зміни своїх звичок та підтримки екологічних ініціатив.

Залучення молоді до участі в екологічних акціях є значимими, і соціальні мережі відіграють у цьому важливу роль. Такі платформи, як Instagram, Facebook і YouTube, дають змогу поширювати екологічний контент серед широкої аудиторії та мотивувати молодих людей до дій на захист довкілля. Завдяки новим формам медіа, що поєднують традиційні освітні методи з інноваційними підходами, молодь може відігравати провідну роль у зміні суспільства. Через нестачу екологічної освіти серед підлітків важливо використовувати різні медіаформати, такі як мультфільми, ігри та відео, для підвищення екологічної грамотності серед різних вікових груп.

Інфлюенсери, такі як Валентина Сафро, Альона Альона та Руслана, активно просувають екологічні ідеї через свої платформи, що сприяє поширенню екологічної грамотності серед їхніх підписників. Загалом, для досягнення значних результатів у формуванні екологічної культури в Україні необхідно поєднувати традиційні методи екологічної освіти із сучасними технологіями. Це дасть змогу ефективно підвищувати екологічну свідомість громадян і мотивувати їх до активної участі в охороні довкілля на різних рівнях.

## РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ВІДЕОКОНТЕНТУ З ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ ЯК ПРОЯВ ЕКОСВІДОМОСТІ ОСОБИСТОСТІ

### 2.1. Місце відеоконтенту серед можливих форм комунікації

У сучасному медіапросторі відеоконтент став незамінним інструментом комунікації, завдяки своїй здатності швидко та ефективно передавати інформацію, зберігаючи при цьому високу емоційну складову. З розвитком цифрових технологій і соціальних мереж відео стало основним форматом, що використовують бренди, організації, а також окремі користувачі для вираження своїх ідей і думок. Це, в свою чергу, зробило відео потужним інструментом у різних сферах діяльності, включаючи освіту, маркетинг, медіа та соціальну активність.

Відеоконтент відрізняється від інших медіаелементів, таких як текст, зображення, графіка чи аудіо, своєю універсальністю та здатністю поєднувати кілька різних форматів в одному продукті. Унікальність відео полягає в тому, що воно одночасно поєднує візуальні та аудіо елементи, що дозволяє максимально ефективно донести інформацію до глядача. Зокрема, у відео можна використовувати графіку, анімацію, текст, музику, інтерв'ю та багато інших компонентів, що підвищують вплив і доступність контенту.

Відео здатне не лише передавати інформацію, але й викликати глибокий емоційний відгук у глядачів, що особливо важливо в контексті важливих соціальних або екологічних тем. Візуальний характер відео дозволяє захоплювати увагу аудиторії та створювати емоційний зв'язок, що є критично важливим для вирішення питань, пов'язаних з екологією. Візуальні елементи, такі як кадри з природи, проблеми забруднення, а також позитивні приклади змін, можуть значно полегшити розуміння і сприйняття проблеми, а також показати реальні можливості для її вирішення.

Зокрема, для Черкас, де екологічні проблеми набувають все більшої актуальності – від забруднення повітря до проблем утилізації сміття та збереження зелених зон, відеоконтент стає потужним засобом підвищення екологічної свідомості

серед жителів міста. Завдяки динамічній та візуально привабливій формі відео може залучати більшу кількість людей до важливих обговорень та ініціатив, спрямованих на поліпшення екологічної ситуації в місті.

Однією з основних переваг відеоконтенту є його здатність бути легким для сприйняття навіть для тих, хто не має спеціалізованих знань в певній галузі. Завдяки чітким візуальним і аудіо елементам, інформація, навіть складна та технічна, може бути подана простими та доступними способами. Це дозволяє значно розширити аудиторію та залучити до проблематики навіть людей, які можуть бути не зацікавлені в екології на перший погляд, але зможуть легко зрозуміти сутність питання через наочні приклади та візуальні докази.

У контексті екологічної тематики Черкас, відеоконтент набуває ще більшої актуальності, оскільки він має можливість не тільки проінформувати, але й заохотити до активних дій. Він може наочно демонструвати, як серйозні проблеми, такі як забруднення повітря чи неефективне використання ресурсів, впливають на якість життя мешканців, а також показати реальні можливості для змін, такі як інноваційні методи утилізації відходів або програми збереження зелених зон. Відео здатне не лише проінформувати, але й мотивувати глядачів до активної участі у вирішенні цих проблем.

Тому відеоконтент не просто стає важливим інструментом комунікації в Черкасах, а й активно сприяє поширенню екологічних ідей та ініціатив серед громади. Відео дозволяє не тільки доносити складну інформацію доступно, але й створювати емоційний резонанс, який важливий для залучення людей до участі у вирішенні екологічних проблем. Це робить відеоконтент незамінним у сучасному медіапросторі та важливим інструментом для активізації екологічних рухів і підвищення загальної свідомості серед мешканців Черкас.

## 2.2. Принципи створення відеоконтенту для підвищення екологічної свідомості аудиторії

Екологічна свідомість формується ще з раннього віку, проте її можна набути і в дорослому житті. Важливу роль у цьому процесі відіграє медіаконтент, зокрема відеоматеріали, які не лише привертають увагу до екологічних проблем, а й мотивують аудиторію до усвідомлених дій. Відеоконтент є одним із найбільш ефективних інструментів формування екологічної свідомості завдяки візуальному впливу та можливості демонстрації реальних наслідків екологічних катастроф.

На сьогодні екологічний контент в українському інформаційному просторі представлений недостатньо широко. Це підтверджують результати опитування, проведеного в соціальній мережі Instagram. На питання «Чи достатньо контенту на екологічну тематику в українському інформаційному просторі?» 91% респондентів відповіли «Ні».

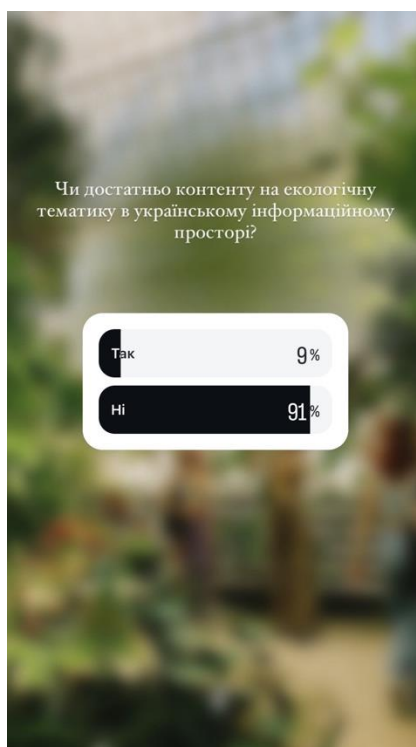


Рис 2.1. Опитування в соціальній мережі Instagram

Цей показник свідчить про те, що екологічна тематика залишається недостатньо висвітленою в українських медіа, а отже, є потреба у створенні якісного та доступного

відеоконтенту, який зможе інформувати та залучати аудиторію до розв'язання екологічних проблем.

Враховуючи цей запит, було прийнято рішення створити серію відеороликів, присвячених екологічній ситуації в місті Черкаси. Черкаси були обрані як об'єкт дослідження з кількох причин. По-перше, місто розташоване на березі річки Дніпро, яка проходить майже через всю його територію, формуючи важливу екосистему. По-друге, у Черкасах розташовані промислові підприємства, що ще з часів Радянського Союзу впливають на екологічний стан регіону. У минулому місто мало значний туристичний потенціал, проте активне будівництво хімічних заводів призвело до погіршення екологічної ситуації. Поєднання промислового забруднення та проблем із водними ресурсами створює серйозні екологічні виклики для місцевих жителів та довкілля загалом.

Серія відеороликів має чітко визначену структуру, що сприяє комплексному розкриттю теми. Перший відеоролик присвячений ідентифікації екологічних проблем та дослідженню питань, які найбільше хвилюють мешканців міста. Другий відеоролик деталізує проблематику, демонструючи реальні приклади негативного впливу промислових підприємств та забруднення навколишнього середовища. Заключний, третій відеоролик, акцентує увагу на можливих шляхах вирішення екологічних проблем, зокрема на діях, які можуть здійснювати мешканці для покращення ситуації.

Однією з основних причин вибору відеоформату як засобу масової комунікації є його візуальний вплив. Демонстрація реальних кадрів екологічної катастрофи має значно потужніший емоційний ефект, ніж текстовий або аудіоконтент. Людина краще сприймає та запам'ятовує інформацію через наочні приклади, що дозволяє створити глибше усвідомлення проблеми. Крім того, відео може поєднувати різні елементи – інтерв'ю, документальні кадри, графічні вставки, що сприяє ефективнішому донесенню інформації.

Отже, створення якісного відеоконтенту є важливим інструментом у формуванні екологічної свідомості населення. Завдяки візуальним матеріалам можна

не лише інформувати громадян про стан довкілля, а й мотивувати їх до активних дій, спрямованих на покращення екологічної ситуації у своєму регіоні та за його межами.

### **2.3. Концепція просування та канали поширення відеоконтенту**

У сучасних реаліях здається, що для досягнення успіху достатньо просто викласти відео чи інший тип контенту. Однак це далеко не завжди так. Часто для досягнення бажаного результату необхідні не тільки час, але й активні дії з просування. Існує безліч методів просування контенту, які можна поділити на платні та безкоштовні варіанти.

У нашій роботі ми зосереджуємося на безкоштовних методах просування відеоконтенту, які є доступними та ефективними. Одним із найпоширеніших і потужних інструментів є використання хештегів. Хештеги є чудовим способом залучити аудиторію, яка зацікавлена в тематиці відео. Завдяки правильно підібраним хештегам, люди, які шукають відповідний контент, можуть швидше і легше знайти відео. Важливо використовувати хештеги, які чітко описують зміст відео, що значно збільшує шанси на залучення цільової аудиторії.

Окрім цього, для ефективного просування контенту важливо активно використовувати різні соціальні мережі. Кожна людина обирає соціальну мережу, яка найбільше відповідає її інтересам, тому для максимального охоплення потрібно публікувати контент у різних каналах зв'язку. У нашому випадку, відео були опубліковані на платформі YouTube, при цьому перед кожною публікацією було створено пост на Facebook, де ми ознайомили глядачів з ідеєю контенту та запросили підписатися на канал. Кожне відео, що входить до серії, супроводжувалося постом з посиланням на відео та відповідними хештегами для покращення просування.

Для досягнення максимального ефекту від просування важливо також точно визначити цільову аудиторію. Це дозволить обрати найбільш підходящий канал для комунікації та просування. У нашому випадку вікова група є досить широкою, тому ми обрали найбільш популярні соціальні мережі, такі як YouTube, Instagram та Facebook, які здатні забезпечити доступ до великої кількості користувачів. Ефективне

просування відеоконтенту вимагає комплексного підходу, що включає не лише створення якісного контенту, а й активні стратегії для залучення аудиторії.

## 2.4. Оцінка ефективності відеоконтенту з екологічної проблематики

Оцінка ефективності відеоконтенту є важливим складником процесу створення та поширення медіа-продуктів, оскільки вона дозволяє визначити вплив відео на аудиторію та можливості для подальшого вдосконалення. Для оцінки ефективності серії відео, присвячених екологічним проблемам Черкас, використовувались кілька ключових критеріїв.

Першим і найбільш очевидним показником ефективності є кількість переглядів відео. Згідно з аналітикою YouTube, перші відео зібрали в сумі 303 переглядів за перші два тижні після публікації, що свідчить про зацікавленість аудиторії до теми екології в Черкасах. Крім того, відео отримали 57 лайків і 29 коментарів, що вказує на активну взаємодію з глядачами. Ці показники демонструють високий рівень інтересу до матеріалу та його популярність серед цільової аудиторії.

Іншим важливим критерієм є зворотний зв'язок від аудиторії. Багато глядачів висловлювали свої думки щодо теми в коментарях. Позитивні відгуки підтверджують, що відео не лише зацікавили, але й мотивували до дій. Наприклад, один з коментарів звучав так: « Я і не задумувалася, що є такі проблеми в Черкасах.. тільки за Азот та зелену воду в Дніпрі... дякую, що висвітлюєте такі питання!» Крім того, було залишено англomовний коментар, в якому глядач зазначав: «This is an outstanding video that thoughtfully addresses the real situation at hand. The content is handled with remarkable professionalism, offering a well-crafted perspective on the current issue. I believe more videos like this—shedding light on important problems—can significantly enhance our awareness and inspire us to take meaningful actions.» Це свідчить про те, що контент викликає емоційний відгук у глядачів не лише з України, але й за її межами, сприяючи поширенню екологічних ідей серед громади. Це додає міжнародний контекст і підкреслює, що твої відео мають вплив навіть на глобальну аудиторію!

Для оцінки ефективності також було використано аналітику YouTube для визначення демографічних характеристик глядачів. Згідно з результатами, контент був добре прийнятий різними групами аудиторії, зокрема серед осіб, які активно цікавляться екологічними проблемами та готові змінювати свої звички для покращення стану навколишнього середовища. Важливим також є той факт, що глядачі активно ділилися відео в своїх соцмережах, що свідчить про високий рівень зацікавленості та готовності ділитися корисною інформацією з іншими. Це дозволяє зробити висновок, що контент здатний охоплювати широку аудиторію і має високий потенціал для поширення важливих екологічних ідей.

Оцінка ефективності відео проводилась через аналіз реакцій глядачів на контент. Згідно з коментарями та відгуками, більшість аудиторії зазначила, що відео сприяло підвищенню їх інтересу до екологічних ініціатив у Черкасах. Також важливою складовою оцінки ефективності є поширення відео серед друзів та колег. Активне ділення відео в соцмережах стало яскравим показником зацікавленості та готовності глядачів поділитися отриманою інформацією з іншими. Це свідчить про бажання підтримувати екологічні ініціативи в Черкасах.

Результати оцінки показують, що відеоконтент досяг своєї мети – привернув увагу до екологічних проблем Черкас. Водночас є можливість для покращення контенту, зокрема в напрямку підвищення інтерактивності та розширення тематики відео для залучення ще більшої аудиторії. У майбутньому можна зосередитись на розробці нових форматів та ідей, щоб ще ефективніше мотивувати людей до змін у своєму повсякденному житті.

## **Висновки до Розділу 2**

Відеоконтент є потужним інструментом для формування екологічної свідомості та залучення аудиторії до важливих соціальних і екологічних тем. У контексті Черкас, де екологічні проблеми, такі як забруднення повітря та утилізація сміття, набувають все більшої актуальності, відео стало ефективним засобом комунікації. Завдяки візуальним елементам, відео здатне привертати увагу широкої аудиторії, навіть тих,

хто раніше не був зацікавлений у екології. Водночас, недостатнє висвітлення екологічної тематики в українських медіа свідчить про потребу у створенні більш доступного та якісного контенту.

Для максимального ефекту важливо використовувати різні платформи, такі як YouTube, Facebook та Instagram, а також визначати цільову аудиторію, щоб забезпечити широке охоплення. Оцінка ефективності відео через відгуки та поширення серед глядачів підтвердила високий інтерес до екологічних ініціатив у Черкасах, але є простір для покращення контенту, зокрема в напрямку збільшення інтерактивності та розширення тематики відео для залучення ще більшої кількості людей до змін у їх повсякденному житті.

## ВИСНОВКИ

У межах відповідного наукового проєкту було досліджено важливість екологічної освіти та обізнаності серед громадян України, а також роль медіа та відеоконтенту в цьому процесі. Результати аналізу показали, що сучасні екологічні проблеми, зокрема забруднення довкілля та зміни клімату, потребують активної реакції з боку держави, громадськості та медіа. Основним інструментом для підвищення екологічної свідомості є інформаційний контент, зокрема відео.

На прикладі екологічного питання Черкас було показано, як відеоконтент може впливати на формування громадської думки щодо екологічних проблем. Визначено ключові елементи, що впливають на ефективність відеоконтенту з екологічної тематики, серед яких: актуальність проблеми, достовірність інформації, емоційний складник та візуальна привабливість матеріалу. Створення та поширення екологічного відео, як інструменту масової комунікації, може сприяти змінам у поведінці та ставленні до довкілля, що особливо актуально для регіонів з високими екологічними ризиками.

Засоби масової інформації, зокрема інфлюенсери та громадські організації, можуть значно сприяти підвищенню екологічної обізнаності серед громадян. Вони допомагають поєднати традиційні методи екологічної освіти з новими підходами, такими як мультимедійний контент. Це дозволяє доносити екологічні проблеми до більшої аудиторії та сприяти глибшому розумінню цих питань.

У роботі проаналізовано концепції просування відеоконтенту та оцінено його вплив на аудиторію. Аналіз відгуків та рівня взаємодії продемонстрував активне залучення глядачів контенту через соціальні мережі.

Отже, для формування екологічної свідомості серед українців необхідно продовжувати працювати над створенням доступних, якісних та інтерактивних медіа-матеріалів, що сприятимуть популяризації екологічних ініціатив та підвищенню обізнаності про важливість охорони довкілля на різних рівнях.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз фреймів. *ВЕЛИКА УКРАЇНСЬКА ЕНЦИКЛОПЕДІЯ*.  
URL: [https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7\\_%D1%84%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%BC%D1%96%D0%B2](https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7_%D1%84%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%BC%D1%96%D0%B2)
2. Вплив медіа на свідомість людини – психологічні особливості та їх виявлення. *Факт*. URL: <https://fact-news.com.ua/vpliv-media-na-svidomist-lyudini-psixologichni-osoblivosti-ta-ix-viyavlennya/>
3. Ганна Велика. Українські онлайн-медіа стали ще менше писати про екологічні проблеми. *Екополітика*. URL: <https://ecopolitic.com.ua/ua/news/ukrainski-onlajn-media-stali-shhe-menshe-pisati-pro-ekologichni-problemi/>
4. Діана Сорокотяга. Екологічні ікони: як українські зірки впливають на свідомість суспільства. *FORMAT*. URL: <https://newformat.info/culture-culture/ekolohichni-ikony-iak-ukrainski-zirky-vplyvaiut-na-svidomist-suspilstva/>
5. Екологічна політика в Україні: природоохоронне законодавство, міждержавні угоди. *На Урок*. URL: <https://naurok.com.ua/ekologichna-politika-v-ukraini-347190.html>
6. *Екополітика*. URL: <https://ecopolitic.com.ua/ua/>
7. Енергоефективні будинки: в Україні розробили вимоги для будівництва за стандартом ЄС. *УКРІНФОРМ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3923242-energoefektivni-budinki-v-ukraini-rozrobili-vimogi-dla-budivnictva-za-standartom-es.html>
8. Засади екологічної політики України. *МІЙКЛАС*. URL: <https://www.miyklas.com.ua/p/biologiya/11-klas/stalii-rozvitok-ta-ratcionalne-prirodokoristuvannia-447189/ekologichna-politika-v-ukrayini-461428/re-7596cfb3-72e5-4e55-b4b8-f7966ebbeadf>
9. Контент-аналіз. *КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ*. URL: [https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=content\\_analysis](https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=content_analysis)

10. Мар'яна Зінченко. В українських онлайн-медіа знизилась частка матеріалів про екологію – дослідження ІМ. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/233528/2024-10-16-v-ukrainskykh-onlayn-media-znyzylas-chastka-materialiv-pro-ekologiyu-doslidzhennya-imi/>

11. Мірошниченко Юлія Валеріївна. Роз'яснення щодо реалізації права на доступ до екологічної інформації та права на участь у прийнятті рішень з питань, що стосуються довкілля. URL: <https://ombudsman.gov.ua/storage/app/media/uploaded-files/rozyasnennya-shchodo-realizatsii-prava-na-dostup-do-ekologichnoi-informatsii-ta-prava-na-uchast-u-priynyatti-rishen-z-pitan-shcho-stosuyutsya-dovkillya.pdf>

12. Новини екології. УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/ecology>

13. Створюємо ліси разом. *Зелена Країна*. URL: <https://zelenakraina.gov.ua/>

14. Теорія «Agenda-setting». *Вікіпедія*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F\\_%C2%ABAgenda-setting%C2%BB](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F_%C2%ABAgenda-setting%C2%BB)

15. Тривають роботи з реконструкції тепломережі міста. *Охтирська міська рада*. URL:

<https://okhtyrkamr.gov.ua/%d1%82%d1%80%d0%b8%d0%b2%d0%b0%d1%8e%d1%82%d1%8c-%d1%80%d0%be%d0%b1%d0%be%d1%82%d0%b8-%d0%b7-%d1%80%d0%b5%d0%ba%d0%be%d0%bd%d1%81%d1%82%d1%80%d1%83%d0%ba%d1%86%d1%96%d1%97-%d1%82%d0%b5%d0%bf%d0%bb/>

16. ТСН. URL: <https://tsn.ua/>

17. УКРІНФОРМ. URL: <https://www.ukrinform.ua/>

18. Формування екологічної свідомості дошкільника. Форми та методи. *Всеосвіта*. URL:

[https://www.youtube.com/watch?v=7agL7\\_8sruw&ab\\_channel=%D0%92%D1%81%D0%B5%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0](https://www.youtube.com/watch?v=7agL7_8sruw&ab_channel=%D0%92%D1%81%D0%B5%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0)

19. Leveraging Animation for Environmental Awareness. *Yellowbrick*. URL: <https://www.yellowbrick.co/blog/animation/leveraging-animation-for-environmental-awareness>

20. Norberto Silvestre. How to Create Videos for Environmental Awareness Campaigns. *Bendita*. URL: <https://www.benditafilmes.com/en/post/create-videos-environmental-awareness-campaigns>

21. The Role of Mass Media in Environmental Awareness and Action. *Journalism.university*. URL: [https://journalism.university/development-journalism-for-social-change/mass-media-environmental-awareness-action/?utm\\_source=chatgpt.com](https://journalism.university/development-journalism-for-social-change/mass-media-environmental-awareness-action/?utm_source=chatgpt.com)