**Відповіді до рекомендацій Відбіркової комісії /Резюме дослідження**

1.Зазначити чи може методологія покрити усі мікромедіа.

2. Зазначити  чи планується опис конкретних кейсів.

3.  Надати обґрунтування та калькуляцію наступних витрат:  підготовка публічного заходу - міжнародної конференції;  сертифікати;чи заплановане рецензування.

4.Провести передфінальне рецензування аналітичного матеріалу експертом, з переліку експертів рекомендованих ІСАР Єднання (послуги експерта ІСАР Єднання оплачуватиме самостійно).

5.Надати деталізований бюджет дослідження  у exel форматі (за форматом ІСАР Єднання).

6.Будь ласка, надайте у форматі Word концепцію дослідження. У концепції має бути інформація про мету, завдання, методологію, уточнені терміни виконання дослідження, очікувані результати та інформаційну кампанію / оприлюднення результатів дослідження. Цю інформацію Ви надавали у аплікаційній формі, але просимо перенести інформацію у Word.

**1. Так, окреслена методологія дослідження застосовуватиметься до всіх аналізованих мікромедіа**: компаративний аналіз (дасть змогу порівняти механізми роботи інституційних мікромедіа Запоріжжя згідно з їхніми цільовими авдиторіями, редакційними завданнями тощо), класифікація (види транслювання наративів: фреймінг, праймінг, меметика тощо), дискурс-аналіз (аналіз контенту з урахуванням історико-політичних та соціальних обставин), системний підхід (з урахуванням особливостей медіаландшафту російського пропагандистського та українського, зокрема регіонального запорізького, інформаційного простору), синхронічний метод (акцентуація на умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну); застосування моніторингової програми для аналітичної роботи з контентом, хештегами тощо, виявлення трендів та тенденцій, індексування посилань, зокрема BuzzSumo.

**2**. Так, будемо аналізувати **конкретні кейси** – функціонування інституціалізованих мікромедіа запорізького інформаційного сегменту – мікромедіа «Відбудова», «Яктитам», «Січемо», «А що трапилось?», радіо «На дотик».

**3.** Серед завдань зазначали провести **міжнародну науково-практичну конференцію** за участю локальних інституціалізованих мікромедіа, громадських організацій української діаспори, Міжнародного інституту освіти, культури та зв’язків із діаспорою НУ «Львівська політехніка», Мічиганським університетом (США), Інститутом розвитку регіональної преси (ІРРП) та ін. Забезпечити сертифікацію учасників. Її доцільність полягає в наданні платформи для науково-практичної дискусії навколо питання функціонування на потужній платформі нових медіа локальних інституціалізованих мікромедіа, які чинять інформаційний спротив, формують націоідентифікаційну картину світу, зокрема у прифронтових, деокупованих регіонах, містах тощо. Одне із провідних завдань конференції: репрезентація національного та закордонного науково-практичного досвіду аналізу роботи – успішних стратегій, тактик, наративних форм тощо – інституціалізованих мікромедіа, зокрема регіональних, у контексті розвитку геобрендингу, національної ідентифікації, покращення ефективної комунікації між громадою та владою, створення конкурентноспроможної мережі регіональних мікромедіа, ком’юніті яких могли б реалізувати «брейн-шторми», обмінюватися досвідом, формувати коло комунікаційників як інтелектуально-креативного представництва громади, посилення партнерських практик проєктної взаємодії зі світовим українством тощо. Сертифікація учасників сприятиме ідентифікації учасників ком’юніті в рамках дослідження регіональних інституціалізованих мікромедіа в умовах війни.

**6**.

**Концепція дослідження**

**Актуальність дослідження.** Для громадської активності, для відкритої та результативної діяльності регіональної влади, особливо в умовах війни для прифронтового міста, співпраця з медіа, зокрема з новими медіа, означає отримання важливого каналу комунікації з цільовою авдиторією. Хоч і після 24 лютого 2022 р. виник новий тренд – українські органи влади різних рівнів почали активно створювати свої телеграм-канали для прямої та швидкої комунікації з населенням, наприклад, у Запоріжжі викристалізувались нагальні проблеми як у внутрішній комунікації, так і у зовнішній. Адже громада міста потребує постійного діалогу як між собою, так і з владою щодо безпекових пропозицій, як-то стан та наявність укриття, оптимальної, допустимої в межах воєнної етики, інформації про ворожі атаки, трансляції правдивої інформації про ситуацію в місті на загальнодержавних інформаційних каналах («присутність» міста в інформаційному полі країни), про громадські ініціативи – культурно-мистецькі, соціальні тощо, роботи місцевих мікромедіа. Ми погоджуємось із О. Довженко, що «персональні мікромедіа — це круто, але коли до землі летітиме величезний метеорит, я волів би отримувати інформацію про нього від Бі-бі-сі, а не від Софії Стужук», проте коли мова йде про локальні медіа, зокрема інста-медіа, які ставлять за мету партнерство заради суспільної комунікації, то це стає важливим комунікаційним проєктом. За час війни у Запоріжжі залишився, по суті, єдиний місцевий муніципальний телеканал, що свідчить про регіональні проблеми в обміні даними, взаємної поінформованості, медіакомунікації та геобрендингу. Натомість з’явилися цікаві комунікаційні ініціативи – мікромедіа «Яктитам» (інста- та Телеграм-канали), «Січемо» (інста-, Телеграм-та YouTube-канали), YouTube-канал «А що трапилось», онлайн-радіо «На дотик», сайт «Відбудова» (та соц.мережі) та інші. Наприклад, контент мікромедіа «Яктитам» спрямований на переосмислення й аналіз того, як росія протягом довготривалого періоду впливала на українське суспільство й культуру через усі можливі засоби масової комунікації. Серед тематики «Яктитам» – багато проблемних і навіть конфліктних тем, які стосуються життя на окупованих територіях, військових злочинів росії, пропаганди, спрямованої на знищення української нації як такої (http://surl.li/ihyso), а «Січемо» більше спрямований на новини Запоріжжя, регіону та України.

 В умовах повномасштабної війни сформувався пул телеграм-каналів із мільйонними аудиторіями, частина з яких є анонімними. Найбільшу кількість підписників (близько трьох мільйонів) має канал «Труха», який до повномасштабної війни був регіональним харківським каналом. Та й очевидні проблеми навколо неінституційних телеграм-каналів – анонімність, непрозорість коду Телеграм, клонування, унеможливлення захисту користувачів тощо. Тож дуже важливо дослідити за допомогою моніторингових програм регіональний інституціалізований мікромедійний ринок, який в умовах війни чинить інформаційний спротив пропаганді, цензурі, вибудовує новітні комунікаційні стратегії, є рушієм громадських ініціатив, медіатором у громадських суперечностях, важливо виявити нові можливості розширення вище названих комунікаційних тактик і стратегій за допомогою контентної аналітики для залучення потужного сектору української авдиторії – української діаспори, реалізації міжнародних діалогів.

 **Мета дослідження** – проаналізувати, як функціонують, завойовують авдиторію та чинять інформаційний спротив ворожим наративам інституціалізовані мікромедіа запорізького інформаційного сегменту, сформувати їх ком’юніті комунікаційників як інтелектуально-креативне представництво громади для посилення партнерських практик проєктної взаємодії у контексті розвитку геобрендингу, національної ідентифікації, покращення ефективної комунікації між громадою та владою, створення конкурентноспроможної мережі регіональних мікромедіа.

 **Завдання дослідження**:

1) застосувати моніторингову програму для аналітичної роботи з контентом інтитуціалізованих мікромедіа, хештегами тощо, виявлення трендів та тенденцій, індексування посилань, зокрема BuzzSumo; на основі отриманих даних підготувати аналітичний звіт;

2) презентувати аналітичний звіт на круглому столі для команд мікромедіа, студентів та науково-педагогічних працівників факультетів журналістики, актуалізувати питання покращення взаємодії політикуму та медіа, підвищення медіаграмотності українського суспільства;

3) на основі показників аналітичного звіту підготувати наукову статтю (для публікації в науковому журналі) з питання, як функціонують, завойовують авдиторію та чинять інформаційний спротив ворожим наративам інституціалізовані мікромедіа запорізького інформаційного сегменту (зокрема, «Яктитам», «Січемо», «А що трапилось», «На дотик», «Відбудова» тощо);

4) підготувати монографію, що складалася б із набору аналітичних кейсів щодо презентованих мікромедіа, де б були опубліковані експертні думки, фрагменти інтерв’ю очільників команд мікромедіа тощо. Опублікувати монографію.

5) провести міжнародну науково-практичну конференцію за участю локальних інституціалізованих мікромедіа, громадських організацій української діаспори, Міжнародного інституту освіти, культури та зв’язків із діаспорою НУ «Львівська політехніка», Мічиганським університетом (США), Інститутом розвитку регіональної преси (ІРРП) та ін. Забезпечити сертифікацію учасників.

 **Методологія дослідження**: компаративний аналіз (дасть змогу порівняти механізми роботи інституційних мікромедіа Запоріжжя згідно з їхніми цільовими авдиторіями, редакційними завданнями тощо), класифікація (види транслювання наративів: фреймінг, праймінг, меметика тощо), дискурс-аналіз (аналіз контенту з урахуванням історико-політичних та соціальних обставин), системний підхід (з урахуванням особливостей медіаландшафту російського пропагандистського та українського, зокрема регіонального запорізького, інформаційного простору), синхронічний метод (акцентуація на умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну); опитування (інтерв’ювання керівництва мікромедіа щодо функціонування, інформаційного спротиву інформаційних майданчиків); застосування моніторингової програми для аналітичної роботи з контентом, хештегами тощо, виявлення трендів та тенденцій, індексування посилань, зокрема BuzzSumo.

 Таким чином, **до 31 грудня 2023 року** заплановано підготовку таких дослідницьких матеріалів: аналітичного звіту, наукової статті, монографії.

 **Актуальність саме цієї тематики дослідницького матеріалу:**

У прифронтовому місті області, де 71 % територій тимчасово окуповані рф, де фінансова скрута змусила закритися декілька телеканалів, на потужній платформі нових медіа виникають локальні інституціалізовані мікромедіа, які чинять інформаційний спротив, які формують націоідентифікаційну картину світу. Проте їхня ефективність та інформаційна присутність в користувацькому колі надзвичайно різна, тож в умовах кризи важливо створити емпіричний майданчик для цих мікромедіа, де б команди могли б реалізувати «брейн-шторми», обмінятися досвідом, формуючи так звану мережу мікромедіа в прифронтовому місті. Аналітичний звіт щодо застосованої моніторингової програми їх контенту – матеріали, що мають стати вектором для подальшого розвитку цих медіа, та науково-дослідницькою опцією для актуалізації проблеми на сторінках наукової статті. А науково-практичний круглий стіл та міжнародна конференція мають надати платформу для презентації результатів дослідження, для формування кейсів щодо мікромедіа – джерела фінансування, цільова авдиторія, успішні стратегії, моніторинг контенту по різних показниках, геобрендинг тощо, що ляже в основу підготовки монографії.

 Таким чином, **алгоритм дослідження** передбачає проведення програмного моніторингу контенту запорізьких інституціалізованих мікромедіа за допомогою сервісу BuzzSumo; на основі отриманих даних та завдяки застосуванню заявленої методології – формування аналітичного звіту щодо функціонування, завоювання авдиторії та інформаційного спротиву ворожим наративам інституціалізованими мікромедіа запорізького інформаційного сегменту (зокрема, «Яктитам», «Січемо», «А що трапилось», «На дотик», «Відбудова» тощо); підготовка наукової статті для публікації в науковому виданні для оприявнення проблематики в науковому полі; презентація та публічне обговорення (рекомендації, прогнозування тощо) аналітичного звіту серед команд зазначених мікромедіа на науково-практичному круглому столі; для розширення ком’юніті комунікаційників регіональних інституціалізованих мікромедіа та вирішення науково-практичних задач – проведення міжнародної науково-практичної конференції за участю науковців та практиків та написання підсумкової монографії з проблематики, що складалася б із набору аналітичних кейсів щодо презентованих мікромедіа, де б були опубліковані експертні думки, фрагменти інтерв’ю очільників команд мікромедіа тощо.