

УДК 007 : 304 : 070

Черненко О. Ф.¹ Хітрова Т. В.²

¹студ. гр. СН-315м НУ «Запорізька політехніка»

²канд. філол. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

ВІД МЕДІАПРОЄКТУ ДО МЕДІАОРГАНІЗАЦІЇ: УСПІШНІ КЕЙСИ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІАКОМПАНІЙ

Перехід від нішевого медіапроєкту до повноцінної медіаорганізації – це шлях трансформації, систематизації та пріоритетності з установленням чітких бізнес-процесів, стратегією та диверсифікованими доходами. Ця трансформація вимагає відмови від моделі «ручного управління», де засновник є одночасно і головним редактором, і фандрейзером, і СММ-менеджером, на користь функціональної спеціалізації [1]. Стійка медіаорганізація вибудовує горизонтальні та вертикальні зв'язки, де кожен департамент – від аналітичного відділу до служби маркетингу – працює як автономний вузол єдиної системи. Ключовим етапом стає впровадження CRM-систем, редакційних стандартів та політик прозорості, які роблять медіа зрозумілим і передбачуваним партнером для великих рекламодавців та міжнародних фондів [2]. Пріоритетність у цьому контексті означає здатність організації фокусувати ресурси на продуктах із найвищим рівнем доданої вартості, унікальних напрямках своєї діяльності, водночас постійно тестуючи нові канали монетизації.

Сучасні українські медіакейси демонструють перехід до моделі «Медіа як сервіс», де організація заробляє не лише на переглядах реклами, а й на продажі своєї експертизи: платних аналітичних звітах, організації професійних івентів, освітніх курсах тощо. Така багатоплоскова фінансова модель дозволяє медіа зберігати редакційну незалежність навіть у періоди економічної нестабільності, перетворюючи колишній медіапроєкт на

повноцінний інституційний актив із довгостроковою стратегією впливу на суспільство.

Історія VoxUkraine [4] одним із найяскравіших прикладів того, як інтелектуальне волонтерство трансформується у впливову інституцію, що змінює правила гри в інформаційному просторі країни. Шлях VoxUkraine розпочався у 2014 році як реакція академічної спільноти на низьку якість публічної дискусії та засилля популізму після Революції Гідності. Група економістів, серед яких були викладачі топових світових та українських університетів, створила блог для фахового коментування економічних подій. На початковому етапі це був класичний медіапроект – платформа для публікації колонок та аналітичних записок, де основною цінністю була експертиза авторів, а не бізнес-модель.

Трансформація в медіаорганізацію відбулася через усвідомлення потреби в системності та розширенні інструментарію. VoxUkraine перестав бути просто «збірником думок» і почав створювати унікальні аналітичні продукти. Першим знаковим кейсом став Індекс моніторингу реформ – регулярний дашборд, який мовою цифр оцінював швидкість змін у законодавстві. Це перетворило Vox із медіа-майданчика на джерело первинних даних для інших ЗМІ, міжнародних донорів та уряду. Організація вибудувала чітку структуру з наглядовою радою, редакційною колегією та операційним менеджментом, що дозволило залучати грантове фінансування не під окремі тексти, а під стратегічні напрямки розвитку.

Найуспішнішим кейсом інституційного зростання став запуск напрямку VoxCheck у 2016 році. Це була перша в Україні системна спроба перевірки цитат політиків на предмет правдивості. З невеликого відділу VoxCheck виріс у потужний аналітичний центр, який у 2020 році став офіційним партнером корпорації Meta (Facebook) у програмі протидії дезінформації. Це партнерство стало символом переходу до вищої ліги медіаорганізацій: VoxUkraine отримав не лише доступ до технологічних інструментів глобальної платформи, а й стабільне комерційне джерело доходу, що диверсифікувало їхній бюджет.

Сьогодні VoxUkraine функціонує як мультисервісна платформа, що поєднує класичну журналістику, фактчекінг, Data Science та освіту. Вони реалізували кейс «Data-центру», створюючи складні візуалізації наприклад, аналіз зв'язків у Верховній Раді, та освітній хаб, де навчають журналістів роботі з даними. Успіх організації полягає в тому, що вони змогли монетизувати свою головну цінність – об'єктивність та наукову методологію. Відхід від емоційного стилю традиційних медіа на користь «доказової журналістики» дозволив VoxUkraine стати не просто медіапроектом, а інституційним гарантом якості інформації в Україні, що має стійку структуру та визнання на міжнародному рівні.

Ще одним успішним кейсом є трансформація Texty.org.ua [4] з нішевого журналістського проєкту в повноцінну медіаорганізацію й один із провідних центрів журналістики даних в Україні є взірцем еволюції, де технологічна експертиза стає головною конкурентною перевагою. Проєкт розпочав свою діяльність як майданчик для глибокої аналітики та боротьби з маніпуляціями, команда досить швидко переросла формат класичного інтернет-видання. Головним каталізатором змін стало усвідомлення того, що в сучасному світі великі масиви даних потребують не просто опису, а складного технологічного опрацювання та зрозумілої візуалізації. Це рішення дозволило редакції знайти унікальну нішу на стику медіа, соціології та ІТ, фактично перетворившись на аналітичний центр нового покоління.

Сьогоднішній статус «Текстів» як Data Science центру базується на інтеграції штучного інтелекту та алгоритмів ІТ-навчання у редакційні процеси. Організація розробляє складні інтерактивні проєкти – від аналізу супутникових знімків для виявлення екологічних злочинів до картографування мереж російської дезінформації. Така трансформація змінила саму структуру команди: тепер поруч із журналістами працюють аналітики даних, програмісти та дизайнери інтерфейсів, що дозволяє створювати продукти, які раніше були під силу лише великим дослідницьким інститутам.

Модель стійкості організації побудована на інтелектуальному капіталі та диверсифікації джерел доходу, що забезпечує незалежність від олігархічних груп чи політичної кон'юнктури. Унікальний мікс фінансування включає грантову підтримку на суспільно важливі дослідження від міжнародних фондів, а також комерційні замовлення на створення складних візуальних рішень для бізнесу та міжнародних організацій. Важливою складовою є і підтримка спільноти читачів, які цінують інтелектуальну складність контенту. Успішність такої моделі підтверджується міжнародним визнанням: дослідження Texty.org.ua про російську пропаганду, екологічні виклики та міську інфраструктуру регулярно цитують світові медіагіганти, такі як «The Washington Post» та «Reuters», що остаточно закріплює статус «Текстів» як потужного міжнародного гравця в галузі аналізу даних.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Хітрова Т. Медіапроєкт і проєктна діяльність у сфері медіа: від творчості до бізнес-комунікації. Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, Ірпінь – Ломжа, 21 лютого 2025 р. / Наукова редакція : Тетяна Гиріна, Наталія Мошенець. Ірпінь

: Державний податковий університет ; Ломжа : Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі. Видавництво : MANS w Łomży, 2025. С. 269-271.

2. Шевченко В. Атрибути бренду українських медіа. *Образ*. 2022. Випуск 1(38). С. 41-51.

3. Texty.org.ua. URL: <https://texty.org.ua>

4. VoxUkraine. URL: <https://voxukraine.org>