

НЕСТЕРЯК Юрій Васильович,
доктор наук з державного управління,
доцент, професор кафедри права та
публічного управління, Київський
національний університет
будівництва і архітектури (м. Київ,
Україна)

НЕСТЕРЯК Юлія Миколаївна,
кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент, доцент кафедри
друкованих медіа та історії
журналістики, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)

ГІПЕРЛОКАЛЬНИЙ ВИМІР КОМУНІКАЦІЇ В ЧАС ВІЙНИ

Гіперлокальна комунікація в умовах війни виходить на перший план, оскільки глобальні та національні інформаційні потоки часто не встигають реагувати на потреби окремих спільнот, а гіперлокальна комунікація зосереджена на потребах, проблемах і новинах конкретного мікросоціуму: села, кварталу, громади, вулиці. Гіперлокальні канали комунікації, що включають місцеві медіа, ініціативи громадянського суспільства, соціальні мережі, месенджери та інші неформальні джерела інформації, відіграють критичну роль у забезпеченні безпеки, соціальної єдності та життєдіяльності населення.

Термін «гіперлокальність» у контексті комунікації розуміємо як максимальну сфокусованість інформаційного обміну на конкретній території та її мешканцях. Йдеться не лише про географічну наближеність, а й про інформаційну релевантність – контент, що має значення саме тут і зараз.

Під час війни інформаційне середовище фрагментується, переповнюється фейками, панічними вкидами, часом інформаційною тишею з боку офіційних джерел. У цьому контексті гіперлокальні джерела комунікації стають найбільш достовірними та оперативними, оскільки вони працюють «на місцях» і часто базуються на горизонтальних зв'язках у громадах.

Гіперлокальними каналами комунікації можуть бути Telegram- і Viber-чати ОСББ, сіл, районів, місцеві Facebook-групи, громадські ініціативи (інфоканали при ЦНАПах, штабах волонтерів тощо), локальні радіо або онлайн-стріми і навіть саморобні друковані вісники або об'яви на місцях. Такі комунікації забезпечують швидке поширення життєво важливої інформації, консолідацію громади навколо спільних проблем та загроз тощо.

Попри переваги, гіперлокальна комунікація не може існувати у вакуумі. Вона взаємодіє з ширшим інформаційним полем: горизонтальний рух інформації між громадами дозволяє масштабувати успішні практики, вертикальний рух – з

місцевого на національний рівень – може формувати політичний порядок денний, висвітлюючи потреби або виклики певних регіонів.

Наголошуючи на важливості налагодження ефективної гіперлокальної комунікації, дослідник «Львівського медіафоруму» Отар Довженко підкреслює, що жителі зруйнованих територій не завжди проінформовані про відновлення та його можливості. Через це між різними ланками громади відсутнє повне розуміння того, що та як треба робити. Ускладнює це все вертикаль органів місцевої влади, закритість ресурсів з інформацією про бюджетні гроші та інші дані, доступ до яких важливий для того, щоб забезпечити прозорість процесів. А нестача фахових менеджерів та комунікаційників стримує доступ громад до можливостей щодо відновлення. Державні програми відбудови не завжди здатні закрити всі потреби людей, через що останні змушені звертатися до міжнародних партнерів, створюючи велику кількість подібних проєктів.

За його словами, наразі не вибудована координаційна платформа, яка зміцнила б та налагодила б зв'язки між учасниками процесів відновлення задля ефективної відбудови з сучасними європейськими практиками. Комунікація не є пріоритетним напрямком у відновленні України, і це йому шкодить [1].

Гіперлокальна комунікація стикається з низкою проблем: недостатність перевірки інформації, а відтак формування чуток, пліток, спотворення фактів, поширення дезінформації, вразливість до інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) (ворог може використовувати локальні чати для вкидання фейків), фрагментованість аудиторій, що ускладнює координацію на вищому рівні, технічна вразливість через вимкнення електроенергії, збої зв'язку, блокування платформ тощо.

Локальні медіапроєкти, на думку дослідників Львівського медіафоруму, за класифікацією основних проблем, з якими вони стикаються, можна поділити на стагнаційні, інерційні та інноваційні [2].

Гіперлокальні медіа є невід'ємною складовою гіперлокальних комунікацій. Після повномасштабного вторгнення росії на територію України місцеві медіа в Україні опинилися в ситуації подвійної кризи: безпекової та фінансової. Водночас саме в таких умовах, на думку медіаекспертки Дар'ї Свистухи, проявилось значення локальної журналістики як зв'язкової ланки у громадах та джерела довіри [3].

Оскільки медіа сприяють соціальній згуртованості громад та інших спільнот, до формування гіперлокальної комунікації долучилося Суспільне, створивши проєкт «Гіперлокальна мережа Суспільного мовлення», що складається із кореспондентів, які працюють у громадах України, висвітлюючи їхню діяльність. Мережа діє з 2022 року – у Чернігівській, Сумській і Харківській областях, а з 2024-го – у Рівненській, Одеській, Черкаській, Дніпропетровській і Полтавській. У 2025 році заплановане чергове масштабування проєкту на решту областей, крім Київщини, Донеччини, Луганщини та Автономної Республіки Крим

Насиченість та впливовість гіперлокальної комунікації посилюється за рахунок фінансової, організаційної, менторської, тренінгової допомоги від

медіаорганізацій для локальних або релокованих медіа. Серед таких організацій - Національна асоціація медіа – найбільше професійне об'єднання регіональних теле- та радіомовників. Серед чинних програм Асоціації у 2025 році – «Програма для гіперлокальних радіостанцій». У межах проєкту 10 гіперлокальних радіостанцій отримають: дослідження своєї аудиторії, консультації за напрямками digital, продажу, HR, маркетингу та програмування ефіру, фінансування на створення контенту, а також фінальне дослідження для оцінки ефективності участі у програмі [4].

Одним із проєктів, над яким команда працювала у 2024 році, був проєкт «Трансформації комунальних медіа», спрямований на підтримку місцевих телерадіокомпаній. Він допомагав їм перейти від формального статусу комунального медіа до фактичної незалежної моделі публічного мовника, як того вимагає новий «Закон про медіа».

Підтримка MDF полягає не у фінансуванні, а зосереджується на менторстві – від стратегування до реалізації цілей у напрямках менеджмент, контент і дистрибуція. Щоправда допомога MDF має свою специфіку, організація не часто працює з газетами. Переважно фахівці організації сконцентровані на онлайн-медіа.

Євген Залавський, виконавчий директор Media Development Foundation, наголошує, що під час війни відкрілося вікно можливостей для української локальної журналістики [4].

НСЖУ має два ключові проєкти, які спрямовані на підтримку регіональних медіа: мережу Центрів журналістської солідарності та проєкт із відновлення медіа на прифронтових і деокупованих територіях. У 2024-2025 роках понад 70 місцевих медіа з різних регіонів України отримали підтримку.

Проєкти НСЖУ фінансуються або фінансувалися за підтримки International Federation of Journalists; UNESCO за сприяння Уряду Японії; Civil Rights Defenders; Free Press Unlimited; Fondation Hironnelle; Ukrainian Media Fund; Reporters Without Borders. Напрями підтримки: безпека, навчання, створення контенту, проведення заходів, цифрова трансформація .

Один з напрямів роботи ГО DII-Ukraine – допомога медіа в роботі з аудиторією на окупованих територіях. «Найчастіше це все кризові комунікації. Ми плануємо обмінюватися досвідом, як ефективно комунікувати з нашими людьми, які з різних причин опинилися в окупації, формулювати спільні меседжі, робити аналітичні звіти з різних напрямків», пояснює Любов Раковиця, голова громадської організації. На її думку, важливо, щоб не припинялись інформаційні сигнали про проблеми людей в окупації та у зворотному напрямку – сигнали влади до українців на непідконтрольних територіях. А також щоб вони відбувалися ефективно, оперативно і без пропаганди.

Сфокусована на розвитку локальних медіа Агенція медійного росту «Або».

Таким чином, увага до гіперлокальних медіа зумовлена тим, що гіперлокальна комунікація є основою соціальної стійкості. У довгостроковій перспективі, саме гіперлокальний вимір комунікації закладає фундамент громадської стійкості (resilience): сприяє підвищенню довіри між членами громади; формує гнучкі

системи реагування; стимулює громадянську участь навіть у надзвичайних обставинах; зменшує залежність від централізованих інститутів у кризовий момент.

Гіперлокальна комунікація під час війни – це не просто обмін інформацією на локальному рівні. Це інфраструктура виживання, яка поєднує функції ЗМІ, громади, волонтерського руху та місцевої влади. Вона здатна ефективно реагувати на виклики, які ігнорує або не встигає опрацювати централізована система.

У подальших дослідженнях доцільно розглядати гіперлокальну комунікацію як предмет національної інформаційної безпеки та форму громадянської журналістики, а також як інструмент зміцнення горизонтальної демократії в умовах поствоєнної відбудови.

Список використаних джерел

1. Інший вимір відбудови: чому комунікація має бути пріоритетом під час відновлення України URL : <https://rubryka.com/article/komunikatsiya-pid-chas-vidbudovy/>
2. URL : <https://lvivmediaforum.com/page/rehionalni-y-lokalni-onlain-medii-ukrainy-vid-vyzhyvannia-do-zrostannia>
3. Свистуха Д. Виклики, адаптація та сила громади. Як редакції українських медіамереж працюють під час війни. URL : <https://mediamaker.me/vyklyky-adaptacziya-ta-syla-gromady-yak-redakcziyi-ukrayinskyh-mediamerazh-praczyuyut-pid-chas-vijny-17334/>.
4. Данькова Н. Хто та як допомагає регіональним медіа під час війни. URL : <https://detector.media/rinok/article/241644/2025-06-10-khto-ta-yak-dopomagaie-regionalnym-media-pid-chas-viyny-chastyna-2/>