

ВНЗ “УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ”

Факультет суспільних наук

Кафедра медіакомунікацій

Пояснювальна записка

до магістерського проекту

освітньо-кваліфікаційний рівень – магістр

на тему: “Українська ідентичність в умовах міграції до США”

Виконав:

студент 6 курсу, групи СМЕ17/М

напряму підготовки:

06 Журналістика

061 Журналістика(Освітня програма

з медіакомунікацій)

Резенчук О. Ю.

Керівниця – док. н. із соц. ком. Ніна Зражевська

Консультантка – Оксана Палій

Львів – 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ У ПАРАДИГМІ ТЕОРІЙ СОЦІАЛЬНИХ НАУК	6
1.1 Феномен діаспорянства у соціокультурному просторі	6
Висновки до розділу	18
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТУ “УКРАЇНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ В УМОВАХ МІГРАЦІЇ ДО США: ТВОРЧИЙ ПРОЕКТ”	20
2.1 Мультимедійний сторітелінг: історія поняття	20
2.2 Опис творчих рішень проекту	26
Висновки до розділу	33
ВИСНОВКИ	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	39
ДОДАТКИ	45

ВСТУП

“Що означає бути українцем?” Станом на 18 травня 2019 року пошуковик Google запропонував чітку кількість результатів – 736 000. Водночас чіткої відповіді на це запитання дати неможливо, незалежно від того, чи стосується це української нації чи якоїсь іншої. Як вказує історик Ярослав Грицак, національна ідентичність не існує сама собою, а є “ситуативною і дискурсивною, тобто твориться обставинами щоденного життя (“нація – це щоденний референдум”, згідно зі словами Ернеста Ренана) і передовсім текстами” [6]. Потребою підтримати розвиток цього дискурсу й визначається **актуальність** представленої роботи. Життєві обставини, у яких ми вирішили зробити “статус-чек” українській ідентичності, назагал можна описати так: листопад 2018 у Скрантоні, січень 2019 у Нью-Йорку, “живі” розмови з представниками різних поколінь української діаспори. При цьому потенціал сучасних мультимедійних інструментів і мультидисциплінарності, є додатковим імпульсом до пошуків відповідей, що ж таке бути українцем.

Доповнює актуальність роботи проблема ідентичності загалом, яка, на думку німецького філософа Петера Слотердайка, озвучену в інтерв'ю на початку 2018 року, “стає настільки болісною, як ніколи. Всі наявні відмінності, з яких було зіткане сучасне суспільство, вже зметені. Всі наявні дихотомії прийшли в рух; все тече, але не так, як мислив Геракліт” [4]. Прояви нестабільності сьогодення підштовхують сучасних людей до пошуку опертя, в тому числі в приналежності до певного колективу за національною ознакою. Водночас на рівні трендовості варто згадати про практику ДНК-тестів – споживацький спосіб легкого доступу до свого минулого, що стає все більш популярним, особливо в Америці, де є благодійні організації, які займаються відновленням коріння (African Ancestry, African Americans etc).

Темам національної ідентичності загалом і в діаспорянському середовищі, зокрема, присвячено багато праць – як теоретичних, так і художніх. Окрім цитованого на початку Ярослава Грицака, до них також зверталися Степан Павлюк, Надія Попова, Микола Фурса – з українських дослідників; Ентоні Сміт, Лоуелл В. Баррінгтон, Райнер Баубек, Томас Фаїст, Маріанна Хірш, Ненсі К. Міллер – з іноземних. Але єдиної позиції щодо визначення ролі цього поняття чи якихось остаточних висновків жоден із згаданих науковців не дає. Водночас наявність обраного нами формату мультимедійних історій – нова форма, представлена лише кількома студентами УКУ. Випускники програми попередніх років створили та наповнили візуальний архів Diaspora.ucu.edu.ua своїми магістерськими доробками, структуру яких ми беремо за приклад.

Об'єктом нашої роботи є біографічні матеріали та усні розповіді українських мігрантів у США, зібрані під час стажування в Нью-Йорку наприкінці 2018 – на початку 2019 років. **Предметом** є висвітлення проблеми української ідентичності серед діаспорян у форматі мультимедійного сторітелінгу.

Базуючись на вивченні мультимедійних проєктів, дослідивши найрезонансніші фото та відео матеріали ми створили власну концепцію та алгоритм проєкту, що складає **наукову новизну** проєкту.

Дослідивши найуспішніші медіа-кейси ми взяли за **джерельну базу** нашого проєкту зразки робіт візуального архіву української діаспори (ACUCAS та магістерської програми Медіакомунікацій УКУ), стиль оформлення мультимедійних проєктів медіартелю “Маміхлапінатана” та New York Times. Теоретичними джерелами стали збірка статей “Rites of Return” Diaspora Poetics and the Politics of Memory, одна із найвідоміших праць Ентоні Сміта “Національна ідентичність”; періодизація хвиль міграцій Михайла Бурика (Michael Buryk) написаній в статті “A struggle an

ethno-cultural identity: the story of the Ukrainian immigrant in America” у “The Ukrainian Heritage in America”

Метою представленої роботи є створити мультимедійний продукт, який у відео, аудіо, фото та текстовому форматах висвітлить згадану вище проблему. Досягнути поставленої мети допоможуть такі **завдання**:

- створити концепцію проекту;
- підготувати та опрацювати теоретичні джерела;
- підготувати питальник, критерії відбору кандидатів та сценарій;
- знайти героїв;
- провести інтерв'ю, на базі якого отримати відповіді на підготовлені питання та записати їх за допомогою технічних пристроїв;
- обробити матеріали: відредагувати відео, аудіо, транскрибувати текст, скомпонувати їх між собою (зверстати);
- поєднати фото, відео та текст у обраному форматі на платформі Readymag;
- проаналізувати отриману інформацію, на базі чого зробити теоретичну частину;
- верифікувати проект.

Серед **методів**, застосованих у цьому дослідженні, – метод кейс-аналізу, ілюстративний, контентний, компаративний та емпіричний методи, Photoshop, веб-дизайн, редагування відео та анімації графіки.

Проект “Українська ідентичність в умовах еміграції до США” розміщений у вільному доступі в мережі, в майбутньому може стати в пригоді науковцям, викладачам, іншим студентам та всім, кому цікава окреслена тема. Цим і визначається **теоретичне та практичне значення роботи**.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ В ПРИЗМІ ТЕОРІЙ СОЦІАЛЬНИХ НАУК

1.1 Феномен діаспорянства у соціокультурному просторі

У даному проекті ми досліджуємо проблему національної ідентичності. З огляду на форму практичного проекту ми присвячуємо перший розділ дослідженню теоретичної бази питань та понять, які пов'язні з обраною тематикою. Перед тим як приступити до створення концепції та побудови візуальної частини проекту ми вирішили дослідити ключові поняття з якими нам прийдеться взаємодіяти. У свою чергу це нам дозволить краще продумати логіку проекту та бути готовим до викликів та проблемних моментів вже під час виконання практичної частини. Зокрема ми працюватимемо із питаннями національної та етнічної ідентичності, феномену діаспорянства та транснаціоналізму; їх класифікації у соціальних науках; визначені та досліджені формату мультимедійних історій тощо. Також, важливо наголосити на складності дослідження даного питання, адже обрана тема не носить постійного характеру та рахується постійно змінною через суб'єктивність категорій, залежність від інших наук та низьку кількість теоретичного доробку. Але необхідність допрацювань на цю тему аргументується зростанням у світі цікавості щодо генеалогічного минулого індивідів, як ось у праці “*Factness of diaspora*” авторка Алондра Нельсон (Alondra Nelson) розвиває тему зростання інтересу до відновлення коріння за допомогою ДНК-тестів, які зараз більш популярні, ніж аналітичний збір інформації про сім'ї чи генеалогічне коріння. Такий споживацький спосіб легкого доступу до свого минулого стає все більш популярним, особливо в Америці, де є благодійні організації, які займаються відновленням коріння

(African Ancestry, African Americans etc) та багатоманітний етнічний чи расовий склад населення. Це створює нові тенденції у конституюванні нових форм діаспорянської приналежності та ідентифікації (“constituting new forms of diasporic affiliation and identification”[27]). Факти причетності, біологічні чи історичні, слугують підтвердженням колективного минулого для індивідів, які в свою чергу із різних причин починають цікавитись своїм корінням. На прикладі афроамериканців, у вище згаданій роботі, авторка ілюструє спосіб самостворення (*self-making*) індивідів через наукові практики, які дозволяють їм відчувати своє минуле та спільність із певним географічним регіоном чи історичною подією (як-от, расова нерівність, сегрегація, апартеїд та інші). Така собі спроба прокласти міст між афроамериканцями та африканцями, яку можна перенести на будь-кого, хто народжений в сім'ях мігрантів.

Герої нашого проекту всі зараховують себе до української національності, адже більшість народжені в Україні або зростали в українських родинах, які підтримують свої традиції. Але все ж герої проекту проживають за межами рідної країни та мислять її зі своїх спогадів, переказів чи ЗМІ. На відміну від афроамериканського населення США, українці об'єднуються не за расовими (колір шкіри) факторами, адже зовні українці майже не відрізняються від інших європейських народів, тому DNA-тести не такі популярні, як робота з усними чи письмовими джерелами.

Розвиваючи тему національної самоідентифікації, ми разом із героями рефлексуємо над проблемами визначення понять “українець”, “діаспора”, “Україна”, “міграція”. Різноманітність досвіду, культури та сфери зайнятості героїв відрізняє їх відповіді, але висновки у всіх єдині - “Я українець”. Українці не відрізняються зовнішньо від більшості населення східної та центральної Європи, тому у формуванні спільності виступає історичний фактор, бажання до кристалізації якого зароджується

в усних історіях чи літературі. Для детальнішого розуміння проблеми ми спробуємо вказати декілька значень використовуваних термінів. Почати хочу із поняття “нація”.

Дослідниця Надія Попова розбирає поняття нації разом із етнічною приналежністю до певної культури. “Етнічний тип культур – це форма життєтворчості окремого народу, яка виступає насамперед сферою формування етнічної самосвідомості”[12]. Культура у дослідниці відіграє функцію соціалізації, проведення досвіду минулих поколінь у цінності теперішнього. Культурологічна методологія вказує на естетично-психологічні основи формування приналежності індивіда до групи. Візуальними ознаками розрізнення слугують культурні коди, об’єктивовані культурні ознаки: мова чи говір, одяг, обряди, вірування, прикмети, вид житла, їжа тощо. Надія Попова та Микола Фурса виділяють позарефлексивне та рефлексивне самоусвідомлення, де першому (позарефлексивний) типу характерна реакція “Ми - Вони”, та другому (рефлексивному) “Я - Сутність”. Розвинута саморефлексивність існує в полісемантичних, складних структурних системах, де культура виходить за межі етично-комунікативних функцій. “Саме такий тип надкультури і є національною самосвідомістю”[12, 505 с.]. Прикладом переходу від етнічної до національної ідентичності, про який говорять вищезгадані дослідники (якому властиво рефлексивне усвідомлення своєї ідентичності) може бути Німеччина, де зникають міжетнічні відмінності, але зростає рівень національної ідентичності (Німцем може бути представник будь-якої етнічності, наприклад).

У контексті нашого проекту мова йде переважно про національну самосвідомість, адже українство героїв побудоване в складних та тривалих культурних процесах та у поліетнічному середовищі, де вони крізь економічні, мовні, побутові, політичні фактори черпають факти для підтвердження свого коріння. Важливо також додати сам формат

готовності рефлексувати щодо цієї теми. Аргументом в сторону етнічного чи архаїчного забарвлення культури є мовний та історико-культурний фактори, особливо у людей, народжених не в Україні, або які впродовж більшої частини життя перебувають за її межами і живуть у вакуумі спогадів, або не виходять за межі свого культурного кола. Якості, властиві представникам етнічної ідентифікації, або людей походження, яких бере коріння із закритих культур можуть бути такі риси, як консервативність, крайня релігійність чи обрядовість. Найяскравішою ілюстрацією наших слів є збережена регіональна архаїка у мові діаспорян, які зростали у сім'ях першої, другої та третьої хвиль мігрантів. У місті Скрантон (*Scranton*) існує кілька спільнот вихідців з України – лемків, карпатських русинів та українців, які між собою не комунікують, адже русини та Лемки православні християни, часто московського патріархату, а українці здебільшого католики. Мова лемків зберегла всю архаїку 19 століття, тоді як мова католицької частини розвивається і більш подібна на сучасну українську.

Варто зазначити, що ми не вважаємо національну ідентичність однобічною частиною людини. Індивід одночасно може ідентифікувати себе українцем_кою, євреєм_кою, галичанином_кою чи будь-ким іншим_ою. Українські території, які за невеликий для світової історії періоди (100-200 років) змінювали юрисдикції та назви, розбудовувались та знищувались, змінювали своїх мешканців. До Другої Світової велику частину населення Чернівців, Тернополя чи Чорткова складали євреї, які після міграції не перестали ідентифікувати себе як євреїв, такі ж приклади можна навести щодо карпатських русинів чи лемків, які мешкали на територіях сучасних Польщі, Угорщини, Румунії та України. Як приклад, можемо навести кейс з митцем є Енді Ворголом (Андрій Варгола) якого українці та угорці зараховують до носія своєї культури. Що ж є головним

критеріям, який впливає на відчуття приналежності персони саме до однієї групи, а не іншої?

Ставлячи запитання про національну чи етнічну приналежність діаспорянам, тобто людям, які мають американські паспорти та приймали присягу вірності США, або проживають за межами України і надалі планують там залишитись, але відчувають себе морально та духовно об'єднаними із Україною потрібно враховувати їх полінаціональну спрямованість та складність системи цінностей. Національна свідомість та ідентифікація себе як носіїв певних норм та цінностей чіткіше розкривається у соціологічному підході.

Одним із найвідоміших дослідників націоналізму саме з використанням соціологічного підходу був британський науковець Ентоні Сміт. Відповідного до його теорії ми розглядаємо національну самосвідомість як “міфічно-символічні [14] комплекси” у взаємодії із наявністю національної держави. Роль правового (раціонального) впливу на формування національної самоідентичності виходить із самого поняття нації, яке неможливе без існування суверенної держави. Сміт пропонує такі риси для визначення національної ідентичності:

1. Історичні території, рідні краї;
2. Наявність спільних міфів та історичної пам'яті;
3. Громадянська культура;
4. Існування єдиних юридичних прав та обов'язків для всіх громадян;
5. Економіка, можливість пересуватись у межах території держави.

[14]

Відповідно до вказаних рис дослідник визначає національну ідентичність та націю як “складні конструкції, що складаються з багатьох взаємопов'язаних компонентів – етнічних, культурних, територіальних, економічних та політико-юридичних. Вони складають зв'язки

солідарності між членами спільнот, об'єднаних спільною пам'яттю, міфами та традиціями...”

Розглянувши особливості національної ідентичності можна розглянути термін “діаспора”. Адже саме відчуття причетності до якоїсь групи, яке залежить від ідентифікації суб'єкта сприяє його включенню в життя спільноти (враховуючи проживання за межами етнічної території).

“Діаспора – населення та його члени, які приналежать до етнічної чи релігійної спільноти з однієї території, але розкидані різними місцями”

[20] Термін єврейського та вірменського походження, адже з цими народами найраніше асоціюється поняття міграції та життя за межами рідного краю. Більш модерне політичне розуміння діаспори виділяє головними чинниками – переміщення/переїзд з рідних країв.

“Енциклопедія Британіка” наводить приклад темношкірої/африканської діаспори, в якій спільна історія та колективна ідентичність відображена краще через соціокультурний досвід, ніж через специфічні регіони. Також ознакою діаспори є відчуття спільного походження, духовне та моральне співпереживання за долю рідного краю.

У цьому дослідженні ми використовуємо політичне розуміння терміну діаспора, адже всі герої проекту розуміють себе як українці, або американські українці, що асоціюється із правовими, територіальними та соціокультурними факторами. Одним із можливих пояснень розуміння діаспори через політичний підхід може бути співзвучний за значенням концепт дистанційного націоналізму (*long distance nationalism*). Ніна Глік Шиллер та Джордж Фурон у праці “Long-Distance Nationalism” [30] описують критерії, які підпадають під це поняття: це люди, які беруть участь в мітингах, лобіюють інтереси чи будь-як активно задіяні в справі, пов'язані з їх Батьківщиною; проживають у будь-якій точці світу, мають паспорти інших держав, але вважають себе частиною спільноти. Відмінність понять націоналізм та дистанційний націоналізм полягає в

тому, що прихильники другого вірять у те, що можуть проживати у різних країнах, але залишатися частинкою Батьківщини та певної національної спільноти, з якої походять. Цей підхід особливо актуальний з погляду на історію деяких народів, які з економічних, політичних чи воєнних причин були змушені залишити рідні домівки. Терміни діаспора та дистанційний націоналізм не суперечать один одному та можуть поєднуватися в якостях однієї персони. Одним із спільних факторів для цих понять є те, що вони застосовуються до людей, які перебувають за межами територій, які вважають рідними. Ще один термін, який описує даний феномен – міграція.

За визначенням енциклопедії “Британіка” [24], міграція – це постійна зміна місця прожиття індивідом, або групою осіб; міграція буває зовнішня – за межі державних кордонів, та внутрішня – всередині однієї держави. Також виділяють вимушену та добровільну міграцію. Добровільна міграція спричинена бажанням кращого економічного становища або культурними преференціями. Вимушений переїзд чи переміщення є наслідком репресій, насильного переміщення, військових дій тощо. Проміжним пунктом є міграція через голод, кліматичні катастрофи чи втеча від війни. Тому мігрантами ми можемо називати людей, які на короткий або на постійний термін змінили місце життя.

Ситуація переїзду з рідної для резидента країна в іншу називають *еміграцією* [21]. Тоді як *імміграцію* розуміють як процес в'їзду в нову для резидента країну. Різниця між ними полягає в куті зору, де *еміграція* – процес, який розуміє собою покидання територій, *імміграція* – приїзд у нову, а *міграція* як феномен переїзду загалом.

Досліджуючи тему міграції, різні науковці відходять від загального поняття до більш вузьких. Відсутність єдиної згоди щодо поняття “мігрант_ка” у соціальних науках породило дискусію, яка мала на меті більш плуральне бачення цієї теми та створення концепту без жорсткої

територіальної фіксації суб'єктів. Проблема полягала в тому, що міграція розглядалась як переміщення особи чи групи з одного місця в інше та її сегрегація чи асиміляція у новому суспільстві (створює систему “тут” і “там”), що обмежує багато соціальних практик для новоприбулих і не залишає їм багато простору для ідентифікації. На зміну прийшло поняття транснаціональності. Згадана вже вище науковиця Глік Шиллер говорить про те, що мігранти переходять у трансмігрантів, коли “незважаючи на територіальну розкиданість, створюють сімейні, фінансові, культурні, політичні чи релігійні мережі комунікації” [15]. Тобто трансміграція – це соціальний процес, у якому суб'єкти створюють соціальні поля, які перетинають географічні, культурні та політичні поля”. Трансмігранти живуть у створених групах, де поширюють практики та правила життя з минулих поколінь чи місць, але взаємодіють з іншими соціальними середовищами та включені в державні чи правові взаємини. Як приклад можна навести іммігрантський район “Брайтон Біч” [16] (*Brighton Beach*) в Нью-Йорку, де живуть мігранти з російськомовних частин колишнього СРСР. Остарбайтери та діаспоряни, які у новому середовищі створили околицю властивих їм звичаїв, але на базі правових законів США. Вони живуть одночасно в кількох місцях, включені в різні спільноти та будують свою ідентичність на базі декількох культур. Ще одним прикладом описаного вище феномену можуть бути фінансові трансфери трудових мігрантів додому [9]. Так за даними Міжнародної Організації з Міграції (МОМ) впродовж 2014-15 років загальний обсяг грошей, які українці пересилають додому склав 2,9 млрд. доларів США [9]. Цей приклад ілюструє тезу про білокальність та прив'язаність мігрантів до території походження, не залежно від місця перебування. Підсумовуючи, варто сказати, що відмінність мігрантів та трансмігрантів полягає у тому, що другі в процесі переїзду, постійного, маятникового чи сезонного, й далі

створюють соціальні кола та розвивають свою первинну культуру, тоді як мігранти більше активізують свою діяльність у напрямок асиміляції.

Тому логічним буде, що терміни діаспорянин_ка та трансмігрант_ка не суперечать один одному, а доповнюють та деталізують різні сторони термінів. Кожен діаспорянин, який підтримує (у сфері політики, активізму, мистецтва, економічно чи духовно) свою спільноту та відчуває спорідненість із Батьківщиною, буде одночасно транснаціоналістом_кою й/або трансмігрантом_кою. Проблемним етапом роботи над теоретичною частиною проекту виявилися періодизація хвиль міграцій та визначення, до якої категорії віднести людей, народжених під час переїзду чи вже після.

Науковець Михайло Бурик (*Michael Buryk*) визначає такі хвилі міграції:

1) Перша хвиля: 1875-1914 роки (період масової імміграції)

З огляду на низький економічний стан та різні економічні утиски українців Галичини, Буковини й Закарпаття (території, які після 1867 року увійшли до складу Австро-Угорщини), релігійне й культурне протистояння поляків та українців, багато людей емігрує. Українці їхали туди, щоб заробити грошей та повернутись назад. Аргументом оселитись в Америці стали вже розвинуті поселення (масові поселення українців, лемків, русинів, бойків) в Пенсильванії біля вугільних шахт, де їм була гарантована робота та життя в спільноті. Австрійські уряди пробували зупинити масовий відтік людей в Америку через обмеження пропусків на кордонах та висвітлення життя на нових територіях у негативному світлі. Ці дії не зупинили масового переїзду людей, повідомляється, що у період 1877-1899 років виїхало від 200 000 до 500 000 , без урахування тих українців, яких могли віднести поляків, словаків, росіян чи мадяр. Одним із доказів масової міграції українців були масові звернення прибулих до православних та католицьких громад щодо надання їм священників та

створення церков. Перша католицька церква була збудована в штаті Пенсильванія місті Шенанд (Pennsylvania, Shenandoah) у 1885 році. Згодом більшість культурних та навчальних центрів зосереджувались у Пенсильванії та Нью-Йорку. Тому більшість українців, які приїздили до Америки впродовж 1877-1930 років, оселялись в цих штатах. Через масову неписьменність новоприбулі працювали на важких роботах разом із чорношкірими (копальнях, металургійних заводах, швейних цехах, будівництві залізничних колій). Фермерство, яким українці займались у рідних краях, вимагало великих інвестицій, тому більшість селян працювали у копальнях чи інших роботах з метою заробити стартові капітали для фермерства. Щодо культурного плану, то українська мова зберігалась до четвертого покоління, але з необхідністю вести документи, бажанням отримати освіту чи етнічними утисками зі сторони американців багато сімей навчали дітей двох мов або лише англійської (прагнучи повністю асимілюватись).

2) Друга хвиля: 1920-1939 роки.

Приїзд до Америки під час другої хвилі був найменшим за кількістю. На це повпливали прийняті у 1920 році квоти для в'їзду. Через бурхливі реакції консервативних сил, які були незадоволені великим напливом дешевих робочих, було встановлено обмеження (2% від загальної кількості претендентів) на дозвіл в'їзду. Так як українська держава у ті часи не була незалежною, можливість легального в'їзду зменшувалась ще більше. У період 1920-39 років менше ніж 40 000 українців перетнули американський кордон. Ця хвиля локалізувалась більше в містах. Нью-Йорк, Чикаго, Піттсбург, Детройт стали центрами українського життя в Америці. Період освоєння другої хвилі припав на економічне піднесення, і вже наявні організації та спільноти допомагали новоприбулим знайти роботу та інтегруватись у нове суспільство. Тому вже у 20-ті роки було багато відомих українців – банкірів, науковців, митців, власників закладів

харчування, готелів (як-от, Ігор Сікорський, Степан Сохоцький) . Українська спільнота набувала вигляду розвинутої діаспори, яка мала свої гуртки, понад 20 газет, організації (the Organisation for the Rebirth of Ukraine, Ukrainian National Council, Ukrainian National Women's League of America, Obyednannia, Ukrainian National Chorus), які мали на меті підтримувати та єднати українців в Америці, Україні й світі. Загальна кількість українців у період 1935-36 років складала орієнтовно 800 000 осіб.

3) Третя хвиля: 1947-1955.

Третя хвиля – це хвиля вимушених мігрантів, які не могли повернутись на Батьківщину та переїздили до Америки з політичних причин. Через це третю хвилю ще називають “політичною”. Загалом ситуація полягала в тому, що після закінчення Другої світової війни понад 250 000 примусово переміщених осіб були в таборах в різних частинах Європи. Території всієї України перебували під контролем Радянського Союзу, закони якого не були лояльними до людей з робочих таборів чи насильно переміщених (*displaced persons camps*). Повернення в підконтрольні Соведам території України означало ув'язнення, або заслання в Сибір [33], Кавказ чи ГУЛАГ. Тому велика частина людей з D.P. таборів (*displaced persons*) мігрували до США, Канади, Аргентини чи Австралії. За допомоги української діаспори більше 100 000 біженців отримали дозвіл на життя та працю у США. Ця хвиля легко оселилась у міських територіях та знайшла роботу, адже більшість мали вже початкову освіту або були професорами чи науковцями. Загалом представники третьої хвилі легко прийняли нове життя, адже були більш космополітичними, знали кілька мов та вже мали досвід життя в урбанізованих містах.

На згаданий період припадає розвиток таких організацій, як The Ukrainian Youth Association of America (SUM), Plast, the Federation of Ukrainian Student Organizations of America (SUSTA) та створення Center of

Ukrainian Studies в Гарвардському університеті (*Harvard University*). Також розростається кількість американців українського походження (Ukrainian Americans), які народились в сім'ях попередніх хвиль.

4) Четверта хвиля: 1980 – наші дні.

Четверта хвиля української еміграції у США визначається науковцями [28] як така, що почалася з кінця 1980-х років, в період так званої “перебудови” в СРСР. Закінчення “холодної війни” та зняття “залізної завіси” відкрило для громадян радянських республік та інших держав Східного блоку можливість подорожувати до західних країн. Четверта хвиля української еміграції зумовлена нестачею робочих місць та кризовою економічною та політичною ситуацією, тому часто її називають “економічною” хвилею. Кінець 80-х років був періодом економічної стагнації радянської планової економіки, зокрема через падіння цін на енергоносії, експорт яких був базовою частиною наповнення бюджету СРСР. Цей процес викликав суттєве падіння рівня життя населення, що у поєднанні з відкритими кордонами зумовили потужний міграційний відтік до розвинутих країн з ринковою економікою, зокрема і до США.

Четверта хвиля міграції зумовила поживлення культурно-соціального життя української діаспори та сприяла тимчасовому припиненню асиміляційних процесів [2]. Культурно-лінгвістичною особливістю четвертої хвилі є її етномовний плюралізм, що пов'язано з охопленням еміграційними процесами усіх регіонів України, зокрема, і південних та східних областей, з великою часткою російськомовного населення.

Процес активної міграції тривав від середини 80-х та особливо активним був у період після проголошення незалежності [5]. Так у 2001 році, за даними Інституту дослідження діаспори, закордоном проживало 10-13 млн українців. Друга частина (деякі публіцисти називають її п'ятою

хвилею) міграції припала на період початку військових дій на сході України. “За 2015 рік виїхало 455, 6 тис осіб, що на 192% перевищує минулорічні показники”, – говориться у статті журналу “Спільне” [8]. Кількість грошових переказів із країн ЄС та Америки говорять про те, що більшість українців продовжують жити та працювати закордоном для того, щоб підтримати родини на Батьківщині регулярними перерахуваннями коштів [10]. Причини міграції та культурні особливості людей, які переїхали на початку четвертої хвилі та впродовж останніх 10 років, досить відмінні, зокрема, не всі сучасні мігранти переїзять через дефіцит роботи, адже економіка країни в кращому стані, ніж лише після проголошення незалежності; Також багато українців переїздить з політичних причин (через сексуальну, політичну дискримінацію). Не варто забувати і про глобалізацію та світову тенденцію молоді до постійного руху та зміни місця життя.

Висновки до розділу

У цьому розділі ми дослідили ключові теоретичні поняття, які ми використовуємо для пояснення концепції проекту. Почавши з поняття національності, ми розглянули різні підходи та визначення. Обравши політичний, психологічний та культурний підходи, ми визначили, що національність, або національна ідентичність – це складний процес набуття людиною почуття причетності до певної країни. Також ми дізнались, що національна ідентичність може містити в собі етнічну частину, яка передбачає відмінності на рівні культурного досвіду та рівня розвитку людини та суспільства в якому вона перебуває. Вивчення різних трактувань таких понять, як діаспора і транснаціоналізм, дало нам змогу в більш детальному фокусі розглянути проблему національної ідентичності. Досліджуючи національну ідентичність українських мігрантів нам необхідно було визначити суть поняття міграція. Описавши теоретичні

відмінності іммігрантів, емігрантів та мігрантів ми приступили до аналізу та опису різних хвиль міграції.

Після дослідження термінів ми описали періодизацію хвиль міграцій вказуючи головні історико-політичні передумови переїзду українців до США. Це стало для нас орієнтиром під час відбору героїв у практичній частині проекту, яку ми описуємо у другому розділі.

РОЗДІЛ 2

КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТУ “УКРАЇНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ В УМОВАХ МІГРАЦІЇ ДО США: ТВОРЧИЙ ПРОЕКТ”

2.1 Мультимедійний сторітелінг: історія поняття.

Через великі обсяги контенту медіа змагаються за увагу читачів [25] за допомогою спрощення та поєднання різних форм подачі інформації: переведення великих історій у ігри (гейміфікація), інтерактивні історії або ж поєднують різні медійні формати у одному матеріалі. Суть *мультимедійного сторітелінгу* полягає у поєднанні в одному проекті різних форм інформації, як, -от, відео-інтерв'ю та тексту чи інфографіки та фотографій. Одним із найвідоміших прикладів поєднання різних медійних форм є проект “Snow Fall” від New York Times [18]. Мультимедійний, як його ще називають *digital storytelling*, – це “така ж історія із героями, за структурою розповіді. Але відмінність полягає у синкретичності форматів” [11]. Функціональна складова мультимедійного формату відповідає потребам інформаційних платформ, де великі тексти можна структурувати розподіливши інформацію різними методами.

Стрімкий технологічний прогрес сприяв радикальним змінам форм та засобів у медіапрактиці, і таким чином були створені нові жанри комунікації між автором та споживачем, та нові способи відтворення та передачі інформації. Під впливом як технічних змін і запитів суспільства на нові та оригінальні форми комунікації, виникають модерні форми журналістики, або ж у ширшому значенні, комунікації в медіа. Серед них зокрема і мультимедійний сторітелінг (з англ. *storytelling* – розповідання історій) – сюжетні історії, опубліковані для доступу до них широкого загалу аудиторії.

У науці існує проблема з визначенням поняття мультимедійний сторітелінг, позаяк даний термін був застосований багатьма митцями та виробниками контенту аби позначити власні роботи, що досить часто суттєво відрізняються за змістом, формою, та переліком інструментів, використаних для їх створення. У якості певних узагальнюючих ознак можна використати те, що мультимедійний сторітелінг як правило зосереджується на гуманістичних, або ж емоційних наративах, акцентуючи увагу користувачів на актуальних суспільних темах. Режисер Кен Бернс був одним із перших, хто використав прийоми та засоби, що стали характерними для діджитал сторітелінгу, у документальному фільмі *“Громадянська війна”*, який мав колосальний успіх як для свого жанру, з аудиторією в середньому 14 мільйонів глядачів. Рут Сільвестр [31], американський науковець з університету Південної Флориди, визначає цей фільм як перший приклад сучасного мультимедійного сторітелінгу. У своєму документальному фільмі режисер застосував метод оповіді від першої особи, аби максимально посилити емоційну складову фільму, що розповідає про суперечливий та важкий період історії США, та підсилив це такими засобами, як музика та пісні того часу, з метою максимально відтворити контекст та залучити глядача до цієї історії. Окремі автори також відносять себе до першопрохідців у сфері мультимедійного сторітелінгу, як наприклад Дан Атхлі, Бренда Лорел – доктор філософії з університету штата Огайо, яка стала ідеологом інтерактивності у перших цифрових ігрових програмах [22], що з’явилися на початку 1980-их років, та Педро Мейєр, іспано-мексиканський фотограф, який у 1991 році видав роботу *“I Photograph to Remember”* [26]. Робота, яка була однією з перших в світі, де поєднуються зображення і звук на компакт-диску. Початково мультимедійний сторітелінг асоціювався з так званими "короткими розповідями", визначенням, що поширив Дані Ачлі з Американського інституту кіно в 1993 році, і яке в подальшому було уточнено та

осучаснено Джо Ламбертом, який працював над методами систематизації даного жанру в середині 90-х років у розташованому в Сан-Франциско StoryCenter (колишньому Центрі цифрового оповідання) [34].

З кінця 90-их, у зв'язку з подальшим розвитком технологій, зокрема і інформаційних, мультимедійний сторітелінг у більшості випадків вироблявся у форматі короткометражного відео, де поєднувались сюжетна розповідь, нерухомі зображення, та аудіоряд.

Популярність мультимедійного сторітелінгу та його ролі у сучасному медіадискурсі підіймались пропорційно до зростання доступності персональних комп'ютерів та все більш доступніших вимог стосовно використання специфічного програмного забезпечення для обробки та редагування фото та відео контенту.

В публічному телевізійному мовленні мультимедійний сторітелінг був використаний у проекті *Capture Wales* від BBC, також шведський суспільний мовник Sveriges Utbildningsradio створив проект для молоді під назвою *Rum för Berättande* (*Кімната для оповідання*), де молоді люди могли ділитися своїми життєвими історіями, успіхами та невдачами, і відповідно ефективно комунікувати одне з одним. У подальшому, подібні мультимедійні проекти розробили також такі суспільні мовники у США як KQED, Rocky Mountain PBS, WETA, тощо. В другій половині 2000-х мультимедійний сторітелінг продовжує прогресувати разом з загальним розвитком технологій до все складніших форм, зокрема це: веб-сайти, або ж онлайн відео, які експериментують з форматом, сюжетом, візуальною складовою, та слугують часто для розважальних, або ж освітніх та соціальних проектів.

Окремо, ми хотіли б відзначити тенденцію до зміни формату у загальних медіа з огляду на зміну запитів користувачів, конкуренцію від медіа, та в цілому, втому від стандартних форматів.

Поява соціальних мереж стала свого роду інформаційною революцією, позаяк користувачі отримали доступ до надзвичайно великих обсягів інформації. Це у свою чергу зумовило практику так званого “вибіркового читання”, коли користувачі фільтрують власне інформаційне поле. Зацікавити такого користувача та “продати” йому свій матеріал можна за допомогою пропозиції унікального контенту. Зокрема, про дану тенденцію говорить автор модульної система TildaPublishing, Нікіта Обухов, який наголошує на “кардинальній зміні механік читання та перегляду в інтернеті” [13].

З початком 2010-х років більшість провідних медіа почали вкладати значні ресурси у розробку та запуск власних порталів з умовно “нестандартною” журналісткою, працюючи передусім саме у форматі мультимедійного сторітелінгу. Найбільший успіх у цьому напрямку мали the New York Times, які одними з перших почали шукати нові форми презентації інформаційних матеріалів за допомогою мультимедійних матеріалів. Їхні журналістські розслідування стосовно корупції у мексиканських владних структурах, та причетність до цього американських транснаціональних корпорацій, а саме – “How Wal-Mart Used Payoffs to Get Its Way in Mexico” [23], “Vast Mexico Bribery Case Hushed Up by Wal-Mart After Top-Level Struggle” [17], – це одні з перших прикладів мультимедійних лонгвідів, одного з найбільш поширених видів цифрового сторітелінгу. У них текст комбінується з гіперпосиланням на інші матеріали стосовно даної тематики, а також аудіовізуальними фрагментами, що доповнюють основний текст та створюють відчуття залученості. Також, створена в кінці 2012 року “The New York Times” мультимедійна історія “Snow Fall” стала революційною в сфері онлайн-публіцистики, та сформувала своєрідний канон формату мультимедійного лонгвіду.

Отже, мультимедійний сторітелінг, або ж, діджитал сторітелінг це термін, що виник відносно нещодавно, та використовується для позначення нових практик цифрових історій, які відтворюють традиційний публіцистичний жанр сторітелінгу у новому форматі, за допомогою поєднання різних технічних інструментів. Мультимедійні історії створюються за допомогою візуалізацій та роботи з відповідними типами програмного забезпечення, і можуть також містити у собі інтерактивні елементи.

Мультимедійний сторітелінг є жанром широкого охоплення, та містить у собі багато підкатегорій, позаяк постає перед користувачами у різних формах (веб-історії, інтерактивні історії, гіпертексти і наративні комп'ютерні ігри, тощо).

Узагальнивши вищезазначені твердження, ми можемо визначити мультимедійний сторітелінг як презентацію певного сюжету у цифровому форматі, в структурі яких поєднані різні комунікаційні інструменти. Мультимедійні історії як такі є сюжетними оповідями з комбінацією таких складових як текст, зображення, відео, аудіо, елементи соціальних медіа або інтерактивні опції. Дані складові можуть бути застосовані у будь-якому порядку.

Мультимедійний сторітелінг поєднує в собі розповідь, будь то вигадка чи художня література, особиста чи загальна інформація. Цифрові опції у мультимедійному сторітелінгу включають зображення, відео, звук і всі інші форми засобів масової інформації, які можуть бути зображені візуально. Суть полягає в тому, щоб передати повідомлення за допомогою зображень, які можуть бути значно ефективнішими, якщо їх поєднати, наприклад, разом із аудіо. На наш погляд, мультимедійний сторітелінг у форматі цифрової історії може бути представлений навіть на деяких сайтах соціальних медіа, таких як Facebook і Instagram, де користувачі постійно розміщують зображення, що супроводжуються

титрами, аби зобразити історію вашого життя. Історія може бути максимальною стислою, як розповідь про поїздку з дому на роботу, або ж бути подібною на багатотомну біографію.

2.2 Опис творчих рішень проекту

Перша стадія створення проекту полягає в **пошуку теми**. Ми орієнтувались на попередній досвід написання наукових робіт, наукові зацікавлення та технічні навички набуті під час магістерської програми з медіакомунікацій УКУ. Впродовж листопада 2018 року автор роботи мав можливість проходити стажування у WOROSH project в Нью-Йорку, де вперше зустрівся з життям української діаспори, відвідав наукові та культурні місця і практикувався у створенні відео-інтерв'ю з відомими представниками українства у США. Цей досвід пробудив інтерес до теми національної ідентичності представників українською діаспори. Обговоривши наші зацікавлення із науковою керівницею, порадившись щодо фокусу дослідження із експертами у цій темі, ми сформулювали орієнтовний план роботи, де головним предметом дослідження стала тема ідентичності діаспорян, та, зокрема, – національна самоідентифікація.

Крім того, обрана тема збігається з дослідницькими пошуками, втіленими в курсових та дипломних роботах, створеними під час нашого навчання на бакалавраті. Завдяки цьому ми можемо впевненіше орієнтуватись у теоретичному матеріалі, чіткіше формулювати запити в цьому дослідженні й розуміти потребу в майбутніх. Також ми вважаємо необхідним просувати дискурс української ідентичності, що повпливало на обраний нами формат мультимедійної історії.

Зважаючи на останні медіатренди та наявність подібних робіт у випускників магістерської програми з медіакомунікацій, ми вирішили організувати роботу в формі *творчого практичного проекту*. Аргументом вибору саме формату мультимедійного проекту стало його поширеність у сучасних медіа. Що, в свою чергу, спрощує верифікацію проекту та дозволить ширшому колу аудиторії побачити матеріали. Доцільність обраного формату полягає у донесенні складної інформації за допомогою

різних способів візуалізації, де читач може вибрати зручний йому формат й отримати інформацію у візуально-структурованому вигляді, що створює такі важливі опції, як доступність та візуальна естетичність проекту. Також мультимедійний формат – це спроба реалізувати набуті в процесі навчання вміння: редагувати та знімати відео, організовувати та планувати проект, фотографувати, комунікувати з людьми й організаціями, верстати сайти, оформлювати багато медійні матеріали.

На вибір проекту та його наповнення повпливало те, що всі матеріали автор представленої роботи мусив зібрати та записати самотужки. Складність полягала в тому, що знімання відбувалось у США, де ми були обмежені в часі та фінансових можливостях. Спочатку ми розглядали проект як документальний фільм, але проаналізувавши витрати й ресурси, ми вирішили відхилити цей варіант, залишивши, однак, відео у проекті у форматі відео-історії. Відео, які спочатку були у формі інтерв'ю, ми редагували під наш проект методом нарізки необхідних синхронів. Дослідниця з Харківського Національного Університету ім. Каразіна Е. О. Бурдіна зазначає такий метод нарізок відео-інтерв'ю на синхрони головним методом створення журналістського відео, або “некоментованих відео-історій” [1]. Синхрони, або відео-фрагменти – це частини всього інтерв'ю, де є чітка та закінчена думка героя [3].

Враховуючи тренди та статистику переглядів відео [32] у соціальних мережах, ми зупинились на тривалості відео від 1,5 до 3 хв, де в перші 30-45 секунд ми розміщуємо важливу інформацію та ім'я мовця, яке ілюструємо у вигляді анімованої текстової графіки. Для відео було вирішено відібрати найважливіші фрази мовців, які методом монтажу “порізати” та розмістити у такому порядку, щоб у перші 30-45 секунд звучала провокативна або важлива фраза, анімація тексту на чорному фоні, після якої йде портрет мовця та пояснення тези чи продовження

цитати. Для кращого запам'ятовування та акцентуванні на цінних (в контексті проекту) словах ми вирішили проілюструвати їх рухомими субтитрами. Відео-інтерв'ю не містять багато руху в кадрах, що негативно впливає на увагу глядача, тому ми вирішили підкріпити слова анімованими субтитрами (*captions*). Відео поєднуються методом переходу “розчинення в чорному” (*black dissolve*) для м'якості сприйняття та плавності переходу, закінчення. Важливість відео у проекті полягає у його популярності серед медійних форматів, легкості сприйняття та додаткового формату донесення інформації.

Роздумуючи над іншими форматами, ми вирішили додати до кожного проекту аудіо-подкаст [29], у якому відвідувачі сайту можуть у будь-який зручний час прослухати все інтерв'ю. Аудіо формат дозволяє включити до майбутньої аудиторії людей із інвалідністю, що в свою чергу робить проект інклюзивним. Також це формат актуальний для читачів, які не люблять читати або краще сприймають інформацію в аудіальній формі. Дослідивши подкасти, які містять аудіо-частини, ми розмістили їх перед текстовою частиною на самому початку інтернет-сторінки, після фотографії героя та короткого біографічного опису. Відредаговані у програмі Adobe Audition CC2019 аудіодоріжки ми завантажили на безкоштовну платформу подкастів MixCloud. Використання цієї платформи ми обґрунтовуємо її безкоштовністю та можливістю прослухати подкасти в усьому світі та змогу додати HTML-посилання із подкастом на платформу ReadyMag, яку ми обрали для нашого проекту як майданчик розміщення матеріалів. Мультимедійна платформа ReadyMag має найвигідніші умови та зручні інструменти для розміщення усіх необхідних нам медіа форматів. Ще одним фактором, який вплинув на наш вибір стала можливість додати Гугл аналітику (*Google analytics*), що в майбутньому дозволить нам проаналізувати популярність проекту.

Кістяк проекту, навколо якого розміщені всі матеріали та який буде структуру є текст. Інтерв'ю записані у формі відео та аудіо, а згодом транскрибовані та відредаговані для кращого сприйняття. У процесі редагування ми звертались до відомих українських та іноземних прикладів, де черпали візуальні рішення та правила розміщення й редагування інформації. У процесі редагування інтерв'ю ми користувались порадами редактора платформи MediaLab Отара Довженка [7]. Щодо шрифтових рішень ми користувались порадами агенції з маркетингу та веб-дизайну GoldenRatio.

Фонове зображення – це фото моря, яка є метафорою хвиль міграції, що відповідає концептуальному плану проекту. Стилiстично ми використовуємо біле тло та чорний текст, що є звичним для більшості новинних чи публіцистичних сайтів варіантом.

Відповідно до правил шрифтознавства ми обрали такі розміри шрифту для тексту:

- H1 Graphik black 88\98.

Текст імен розміщений на фоні фотографій героїв, він має найбільший розмір, адже ця інформація є однією з найбільш важливіших і потрібно привернути до неї увагу читачів. Шрифт із бази Google fonts, Graphik black, розмір 88, вирівнювання 98.

- H2 Montserrat bold 64\74

Другий за розміром шрифт, який ми використовуємо для цитування головних фраз, які мають на меті дати читачу зрозуміти характер героя. Шрифт із бази Google fonts, Montserrat bold, розмір 64, вирівнювання 74.

- H3 itc flor medium 16\24

Головний шрифт для головної лінії тексту. Слова інтерв'юера виділені товстішим itc flor bold. Шрифт із бази Google fonts, itc flor medium\bold, розмір 16, вирівнювання 24.

- H4 itc flora medium italic 20\28

Шрифт для виділення цитат. Шрифт із бази Google fonts, *itc flora medium italic*, розмір 20, вирівнювання 28.

- P *itc flora medium* 14\18

Шрифт для біографії та підписів фото. Найменший шрифт для другорядної інформації. Взятий із бази Google fonts, *itc flora medium*, розмір 14, вирівнювання 18.

Окрім відео, тексту та аудіо, ми додаємо фото героїв та важливих предметів чи об'єктів, які пов'язані з головними персонажами проекту. Для створення атмосферності ми вирішили використати плівку Fuji Color 400 та фотоапарат Canon Prima AS-1. Плівкові фото створюють враження домашнього затишку, що додає запам'ятовуваності проекту та емоційного забарвлення.

Важливим пунктом проекту є питання для інтерв'ю. Успішність всієї роботи залежить від побудови логіки запитань, їх порядку та форми подачі. Маючи намір дізнатись про національну ідентичність діаспорян, ми створили порядок запитань, де в першому запитанні ми запитуємо про спогади, пов'язані з Україною, думки та емоції. Беручи до уваги історичний характер проекту, нам було цікаво дізнатись причини, обставини та процес переїзду. Також важливим було дізнатись очікування від нової країни, адже це важлива частина, яка в майбутньому дасть нам зрозуміти, чому герої залишились у новій країні. Усі запитання йдуть в порядку “минуле-теперішнє-майбутнє”, де учасники проекту згадують та роздумують про власну біографію. Національна ідентичність героїв розкривається у таких питаннях, де їм треба рефлексувати щодо себе та приналежності до національної спільноти, ролі їх “Я” в контексті історії та соціальних змін, громадянської позиції тощо. Розуміючи той фактор, що не всі герої розмовляють українською, ми дублювали та змінювали запитання англійською, також ми сформувавши кілька можливих варіантів питання, щоб отримати точніші відповіді та дати можливість краще

зрозуміти запитання героям. Ми створили 5 пунктів інтерв'ю, де у кожному є 3-4 питання:

1. Які найсильніші спогади у Вас про Україну? Що найбільше запам'яталося про Україну? Що перше виникає на думці, коли Ви чуєте слово “Україна”?
2. Розкажіть про те, як Ви переїхали? Які причини слугували переїзду в Америку, розкажіть про процес переїзду...? Що ви хотіли побачити в Америці? Чого очікували? Чого боялись?
3. Розкажіть про перший час в Америці після переїзду? Які перші враження від нової країни? З якими складнощами зіштовхнулись? Що було найважчим? Що найбільше здивувало?
4. Як Ви зараз почуваетесь у мультикультурному середовищі? Як люди реагують, коли дізнаються, що ви з України? Що Ви думаєте про сучасну Україну? Як Ви підтримуєте Україну і чи підтримуєте взагалі?
5. Як ви зберігаєте пам'ять про Батьківщину? Чи Ви себе почуваете українцем? Що для Вас найважливіше як вихідця з України? Як ви підтримуєте пам'ять про Україну? Що для Вас означає “бути українцем_кою”?

Редагуючи матеріали ми вирішили зберегти живу мову авторів та не змінювати лексичні особливості мови героїв. На рішення повпливало бажання зберегти справжні образи людей та дати читачу можливість краще познайомитись із героями.

Люди у нашому проекті з різних хвиль міграції, перебувають у відмінному оточенні, розмовляють різними “мовами”, але всіх об'єднує те, що кожен вважає себе українцем. Наші герої народилися в Україні й емігрували в США, частина народилися в Америці. Враховуючи відмінний досвід людей, які зростали у сім'ях мігрантів чи у різні періоди

України (незалежної чи у складі Радянського союзу), нам було цікаво порівняти їх розповіді.

Отримати інформацію для аналізу можна із автобіографічних робіт, біографічних фільмів чи приватних розмов. Ми обрали формат живого спілкування для дослідження, адже це допоможе доповнити візуальний архів, з яким ми співпрацювали та в процесі створення долучитись до способу життя цих людей, що є одним із важливих частин дослідження. Познайомитись із ними ближче, почути історії їх життя, які сформували їх світогляд, та через творчий проект відтворити отриманий досвід.

Пошук охочих взяти участь в проекті відбувався протягом 18–31 січня у місті Нью-Йорк та 1–16 листопада у Скрантоні (штат Філадельфія). Місця роботи зумовлені розташуванням організації, з якою ми співпрацювали та величиною української діаспори у цих містах. Нью-Йорк – одне із найбільших міст США, де велика та активна українська громада. Скрантон – історичне місце життя українців перших хвиль міграції.

Щоб звузити тему дослідження, ми вирішили зосередитись на мігрантах третьої та четвертої хвиль. У наукових джерелах відсутня консолідована періодизація цих хвиль. Ми користуємось періодизацією хвиль міграції від україно-американського науковця Михайла Бурика, описаній у статті “A Struggle for an Ethno-Cultural Identity: The Story of the Ukrainian Immigrant in America”. Щоб чіткіше зрозуміти картину, ми вирішили додати до критеріїв відбору людей, які народились в Америці, але зростали в українських сім'ях, віднісши їх до хвилі міграції, яка припадає на рік їхнього народження.

Пошук людей відбувався через спільноти в соціальних мережах, розклеювання друкованих матеріалів (плакатів) у церквах, культурних та освітніх центрах, закладах харчування тощо. Для ефективного пошуку ми вирішили зробити плакат [Додаток Д], де розмістити запит на пошук

людей для нашого проекту. Перед цим ми сформували критерії для героїв. Отож кожен герой_їня:

- вважає себе українцем;
- має чітку національну позицію або готовність рефлексувати щодо неї;
- є повнолітнім_ою;
- проживає у США більше 3 років, має американське громадянство або намір отримати його;
- залучений_а до діяльності спільноти, організацій, рухів, інститутів, діяльність яких пов'язана з темами українства;
- бє мігрантом_кою третьої або четвертої хвилі (за періодизацією М. Бурика), або народженим у сім'ях мігрантів цих хвилі.

Відповідно до цих критеріїв ми обирали людей для проекту. Загалом було зібрано 15 інтерв'ю, з яких ми обрали 5. Відбір матеріалів здійснювався в Україні. Разом із науковою керівницею ми переглянули матеріали та, узгоджуючись із попереднім планом та концепцією, обрали таких героїв:

- Андрій Стасів (директор школи) – 3 хвиля (народжений у США);
- Орест Попович – 3 хвиля (народжений в Україні);
- Дмитро Коваленко (власник “Стрічі”) – 4 хвиля (народжений в Україні);
- Василь Махно – 4 хвиля (народжений в Україні);
- Василь Гречинський – 4 хвиля (народжений в Україні).

Висновки до розділу

Отже, сенс перед-підготовки полягав у створенні концепції проекту, який би відображав атмосферу зібраних матеріалів, також це рішення сприяє емоційному запам'ятовуванню у відвідувачів сайту та одночасно створенні автентичного характеру проекту. Логіка та структура полягала у побудові питальника та обдуманні візуально-технічних рішень. Ми

створили питальник із 5 пунктів, де було 25 запитань, суть яких – отримати інформацію в хронологічному порядку та отримати якісні відповіді, які спонукали мовця рефлексувати на тему національної ідентичності. Дослідивши джерельну базу, ми сформуваємо необхідні характеристики героїв, які вмістили в 6 пунктів. Критерії створені, щоб звузити проект, точніше дослідити обрану тему й в подальшому використовувати чіткі ознаки досліджуваної аудиторії.

Візуальні рішення проекту узгоджені з професіоналами в необхідних галузях та базовані на наших фінансових і ресурсних можливостях. Кінцевим продуктом став проект на платформі ReadyMag у форматі мультимедійної історії. Дослідивши усі можливі варіанти роботи, ми відібрали формат мультимедійного сторітелінгу, а згодом опрацювали джерела про мультимедійний сторітелінг та найвидатніші кейси, на які орієнтувались у процесі створення проекту. Усі графічні та творчі рішення ми створювали за прикладами минулорічних робіт студентів магістерської програми медіакомунікацій УКУ та з допомогою листування із професіоналами у сферах веб- та графічного дизайну, відео монтажу, журналістики та науковцями-істориками_нями.

ВИСНОВКИ

Відповідно до поставлених цілей спершу ми розробили концепцію проекту. Базуючись на отриманій інформації про часові та фінансові можливості та попередній практиці над ідентичним проектом, ми вирішили зосередитись на темі національної ідентифікації українських мігрантів у США. Дивлячись на популярність та легкість подачі інформації через відео та багатофункціональність мультимедійних платформ, ми обрали за метод мультимедійний сторітелінг, який уможливорює охопити ширшу аудиторію за допомогою різних форм подачі матеріалів, а саме: відео, подкастів, текстів та фотографій в одній публікації.

Маючи можливість долучитись до проекту WOROCH project у Нью-Йорку, метою якого є створення візуальних матеріалів про українців, ми склали питальник, сформувавши критерії відбору героїв та написали сценарій. Ми розробили питальник з п'яти пунктів, де є кілька варіантів одного запитання, для більшої точності відповіді та кращого розуміння реципієнтом поставленого питання. Побудова питань створена свідомо, для того щоб провести розмову в хронологічній послідовності подій: від минулого – знань про Україну та переїзд або ж розповіді батьків чи спогади з дитинства; сам переїзд чи соціалізацію в новому середовищі; особисті дефініції стрижневих понять та рефлексії щодо цієї теми.

Критеріями **відбору кандидатів** стали: їх різноманітність, культурне та професійне минуле, час переїзду, наявність ствердної позиції щодо своєї ідентичності, бажання рефлексувати на камеру на отримані питання. Ми використали усі можливі методи пошуку героїв: розклеювання постерів (власного дизайну) в церквах, барах, пабах, музеях, школах, університетах, дошках оголошень; пошук через соціальні мережі методом публікацій постерів на сторінках українських спільнот в Нью-Йорку;

пошук оффлайн каналів зв'язків через відвідування подій, теми яких якось дотичні до української аудиторії.

За місяць пошуку ми знайшли 15 претендентів, з якими регулярно спілкувались. Після відбору ми приступили до інтерв'ювання. За два тижні, провівши більше 150 годин разом із різними людьми, ми зібрали 10 відео-інтерв'ю, приблизною тривалістю 5 годин та 30 плівкових фото.

Зібравши матеріали, ми переглянули всі відео. Після відбору необхідних фрагментів приступили до редагування: “нарізали” необхідні частини в програмі Adobe Premiere Pro CC2018, зробили кольорокорекцію, додали анімацію текстових вставок найважливіших цитати героїв, які перед тим створили в програмі Adobe After Effects CC2019, також очистили аудіо від зайвих шумів у програмі Adobe Audition CC2019. Транскрибувавши всі матеріали, ми отримали більше 15 сторінок тексту, який потім відредагували. Одним із рішень, яке ми прийняли із науковою керівницею було залишити деякі фрагменти мови героїв без редагування, щоб зберегти етнічну забарвленість та особливість індивідуальності героїв. Що в свою чергу створює колорит та відображає персоналії суб'єктів. Підготувавши усі матеріали, ми почав завантажувати їх у мережу: для більшого та простішого доступу до відео ми вирішили завантажити їх на YouTube і згодом додати на сайт. Провівши ряд консультацій з агентством “Golden Ratio” яке займається створенням сайтів та просуванням контенту ми сформували сучасний вигляд сайту, який я зверстав власноруч, додавши усі матеріали.

В процесі розробки концептуальної частини ми опрацювали теоретичні джерела, зокрема праці Е. Сміта, Ніни Глік Шиллер та інших. Використовуючи різні визначення необхідних нам понять ми сформували категоріальний апарат проекту, який в подальшому допоміг нам краще орієнтуватись в темі, створити концепцію проекту та написати теоретичну частину дослідження.

Під час роботи із матеріалами ми проаналізували подібні кейси, опрацьовували теоретичні джерела та працювали над теоретичною частиною проекту, у якій вирішили висвітлити найголовніші поняття, якими оперуємо ми у роботі та герої в процесі своїх рефлексій. У першому розділі ми розбираємо різні пояснення таких концептів як: національна ідентичність та самоідентифікація, етнічність та національність, міграція, еміграція, імміграція, діаспора, хвилі українською міграції до США. Для того, щоб охопити історію розвитку цих понять потрібні роки та багатотомні монографії, адже жодної однозначної позиції щодо механізмів чи сутності національної самоідентифікації в соціальних науках не представлено. Тема національної самоідентифікації мігрантів практично не досліджена, що підтверджує актуальність та новизну роботи. Досліджуючи ці поняття у першому розділі, ми дійшли висновку, що українську самоідентифікацію респондентів можна вважати як частину гібридної свідомості, якій властиво поєднання етнічних чи національних рис разом із мультикультурними поглядами та нашаруванням інших ідентифікацій.

У другому розділі описуємо концепцію проекту, творчі рішення та їх обґрунтування й описуємо особливості мультимедійного формату. Дослідивши тренди та особливості мультимедійних форм ми створили продукт, який представлений у творчій частині проекту. Сайт на платформі “ReadyMag”, відео з вставленими графічними матеріалами для посилення ефекту, аудіо-подкасти, та тексти поєднанні у легкій для сприйняття верстці у логічній послідовності. Створений на початку роботи концепт повністю реалізований. Одним із речей, які нам не вдалось реалізувати через обмежений час перебування у США - це підібрати досить широкий корпус героїв. Інші поставленні завдання та концептуальні рішення виконано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурдіна Е. О. Гра з формою: новітні тенденції в подачі інтерв'ю та некоментованих відео [Електронний ресурс] // Е. О. Бурдіна // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціальні комунікації. – 2016. – Вип. 9. – С. 9-16. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK_2016_9_4 (дата звернення: 07.05.2019).
2. Воловина О. Українці у США: кількість, міграція, заняття та уподобання [Електронний ресурс] / Олег Воловина // Справжня Варта. Новини Харкова. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://varta.kharkov.ua/articles/1090601> (дата звернення: 12.02.2019).
3. Гаврилов К. В.. Как делать сюжет новостей и стать медиатором [Текст] / К. В. Гаврилов. – СПб. : Амфора, 2007. – 299 с.
4. Гнев, ревность, фрустрация: интервью с Петером Слотердайком [Электронный ресурс] // Syg.ma. – 2019. – Режим доступа к ресурсу: <https://syg.ma/@attache-de-presse/gniev-rievnost-frustratsiia-intierviu-s-pietierom-slotierdaikom> (дата обращения: 05.03.2019).
5. Головацька О. Передумови третьої хвилі української еміграції. Особливості поселення українців у Канаді / Оксана Головацька // Дайджест журналу “Схід”. – Донецьк, 2003.
6. Грицак Я. Українська ідентичність [Електронний ресурс] / Ярослав Грицак // Критика. – 2016. – Режим доступу до ресурсу:

<https://krytyka.com/ua/articles/ukrayinska-identychnist> (дата звернення: 02.03.2019).

7. Довженко О. Як оформити розмову в текст [Електронний ресурс] / Отар Довженко // MediaLab.Online. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://medialab.online/news/talktransform/> (дата звернення: 09.04.2019).

8. Ляшева А. Чому ми всі “валимо”? Міграція з України до Європейського Союзу в часи війни [Електронний ресурс] / Альона Ляшева // Журнал Спільне/Commons Journal. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://commons.com.ua/uk/chomu-mi-vsi-valimo-migratsiya-z-ukrayini-do-yevropejskogo-soyuzu-v-chasi-vijni/> (дата звернення: 19.04.2019).

9. Міграція в Україні: факти і цифри / упор. Олена Малиновська. – Київ: Міжнародна організація з міграції (МОМ) Представництво МОМ в Україні, 2016. – 32 с.

10. Міграція як чинник розвитку в Україні – Київ: Міжнародна організація з міграції (МОМ) Представництво МОМ в Україні, 2016. – 111 с.

11. Мультимедийный сторителлинг – теоретическое осмысление / С. Симакова, А. Енбаева, Т. Исакова // Вестник Волжского университета имени № 1, том 1. – 2019.

12. Національна культура і національна свідомість. / Н. Попова, М. Фурса. // Україна: Культурна спадщина, національна свідомість,

державність: зб. наук. пр. / НАН України, Ін-т українознав. ім. І. Крип'якевича, випуск 5. – Львів : [б.в.], 1998. – С. 503–511.

13. Обухов Н. 10 правил сторителлинга. Создатель платформы Tilda Publishing – о новом способе рассказывать истории в интернете. [Электронный ресурс] / Никита Обухов // Теории и практики. – 2014. – Режим доступа к ресурсу: <https://special.theoryandpractice.ru/storytelling> (дата обращения: 29.03.2019).

14. Сміт, Ентоні Д. Націоналізм: теорія, ідеологія, історія / Ентоні Д. Сміт; пер. з англ. Р. Фещенко. – Київ : Вид-во "К.І.С.", 2004. – 168 с.

15. Транснационализм и транслокальность (комментарии к терминологии). // Миграция и национальное государство / – Санкт-Петербург: ЦНСИ, 2004. – С. 133–146.

16. Akhtiorskaya Y. Welcome to Брайтон Бич, Brooklyn [E-resource] / Yelena Akhtiorskaya // The New York Times. – 2018. – Access: <https://www.nytimes.com/2018/12/14/nyregion/brighton-beach-photo-essay.html>. (Access Date: 03.05.2019)

17. Barstow D. Wal-Mart Hushed Up a Vast Mexican Bribery Case [E-resource] / David Barstow // The New York Times. – 2012. – Access: <https://www.nytimes.com/2012/04/22/business/at-wal-mart-in-mexico-a-bribe-inquiry-silenced.html> (Access Date: 07.03.2019)

18. Branch J. Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek [E-resource] / John Branch // The New York Times. – 2012. – Access:

<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/> (Access Date: 01.06.2019)

19. Chi C. How Long Should Your Videos Be? Ideal Lengths for Facebook, Instagram, Twitter, and YouTube [E-resource] / Clifford Chi // HubSpot. – 2018. – Access: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-long-should-videos-be-on-instagram-twitter-facebook-youtube> (Access Date: 06.03.2019)

20. Diaspora [E-resource] // Encyclopædia Britannica. – 2014. – Access: <https://www.britannica.com/topic/diaspora-social-science> (Access Date: 30.03.2019)

21. Emigrate [E-resource] // Merriam-Webster Dictionary. Access: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/emigrate> (Access Date: 30.03.2019)

22. Hernandez P. She Tried To Make Good Video Games For Girls, Whatever That Meant [E-resource] / Patricia Hernandez // Kotaku. – 2012. – Access: <https://kotaku.com/she-tried-to-make-good-video-games-for-girls-whatever-5913019> (Access Date: 02.04.2019)

23. How Wal-Mart Used Payoffs to Get Its Way in Mexico [E-resource] / David Barstow, Alejandra Xanic von Bertrab // The New York Times. – 2012. – Access: <https://www.nytimes.com/2012/12/18/business/walmart-bribes-teotihuacan.html> (Access Date: 02.04.2019)

24. Human migration [E-resource] // Encyclopædia Britannica . – 2016. – Access: <https://www.britannica.com/topic/human-migration> (Access Date: 30.03.2019)
25. Lanham, Richard A. The economics of attention: Style and substance in the age of information. University of Chicago Press, 2006: 326 p.
26. Meyer, Pedro. I photograph to remember. Voyager, 1991.
27. Nelson, Alondra. “The Factness of Diaspora: The Social Sources of Genetic Genealogy.” *Diaspora Poetics and the Politics of Memory* (2011): pp. 23–40.
28. Oleinikova, Olga. “Post-Independence Ukrainian Migration to Australia.”, 2013: 16 p.
29. Podcast [E-resource] // Encyclopædia Britannica. – 2017. – Access: <https://www.britannica.com/art/podcast> (Access Date: 04.05.2019)
30. Schiller, Nina Glick. "Long-distance nationalism." *Encyclopedia of diasporas: Immigrant and refugee cultures around the world*, 2005: pp. 570-580.
31. Sylvester, Ruth and Wendy-lou L. Greenidge. “Digital Storytelling: Extending the Potential for Struggling Writers.” (2009).
32. The latest video trends: Where your audience is watching [E-resource] / Celie O’Neil-Hart, Howard Blumenstein // Think with Google. – 2016. –

Access: <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/video-trends-where-audience-watching/> (Access Date: 08.05.2019)

33. Ukrainians in the U.S. [E-resource] // Embassy of Ukraine in the United States of America. Access: <https://usa.mfa.gov.ua/en/ukraine-us/ukrainians-in-us> (Access Date: 04.05.2019)

34. Woletz, Julie D. "Digital storytelling from artificial intelligence to YouTube." Handbook of research on computer mediated communication. IGI Global, 2008. 587-601.

ДОДАТКИ:

Додаток А. Дмитро Коваленко. Супровідна записка до інтерв'ю

Дмитро разом із жінкою переїхали до США через випадки фізичного насилля у зв'язку з політичною та громадською діяльністю. Сім'я Коваленків - це частина четвертої хвилі, яка після 2004-го та 2014 переїхали до США з політичних причин.

Оповідач розповідає про життя в Україні та порівнює особливості людської ментальності та апелює до відмінності культур, але спільності людських факторів. У процесі розвитку теми національної ідентичності декілька разів пригадує військовий конфлікт на сході України, що дивлячись на причину міграції відіграє важливу роль у його житті закордоном. Політична активність Дмитра пов'язана із його професійною діяльністю, а саме керуванням закладом “Стріча” в Нью-Йорку.

Інтерв'ю записане у м. Йонкерс, штат Нью-Йорк 10 лютого 2019 року. Інтерв'юер - Олександр Резенчук.

Мультимедійна історія на основі інтерв'ю складається із основного тексту, позатекстових цитат, 4 -ох фото-портретів, аудіозапису інтерв'ю та відеоісторії (хронометраж – 3 хв 44 с.). Режим доступу: <https://readymag.com/Ukrainiansfaraway/1383940/>

Додаток Б. Василь Гречинський. Супровідна записка до інтерв'ю

Переїхав до США у 90-ті роки на запрошення хору “Думка” і від тих пір є його хормейстром. Василь є представником четвертої хвилі міграції, яку важко класифікувати за фактором. У інтерв'ю герой пригадує важкий економічний стан в державі, але одночасно й ностальгує за домівкою, роботою з професійними співаками та минулим життям. Національна ідентичність героя поєднана із професійною діяльністю. У процесі інтерв'ю Василь апелює до питання мови, як одного із головних факторів

ідентичності. Інтерв'ю записане в приміщенні церкви УГКЦ ім. св. Юра у Нью-Йорку 15 лютого 2019 року.

Мультимедійна історія на основі інтерв'ю складається із основного тексту, позатекстових цитат, 3 - ох фото-портретів, аудіозапису інтерв'ю та двох відео-історії (хронометраж – 1 хв 30 с. - 2 хв 30 с.). Режим доступу:

<https://readymag.com/Ukrainiansfaraway/1390043/>

Додаток В. Андрій Стасів. Супровідна записка до інтерв'ю

Андрій народився у м. Детройт, штат Мічиган, та є єдиним із усіх героїв уродженцем США. Питання, щодо національної ідентичності оповідача кристалізується не через поняття міграції, як у всіх інших, а через життя в діаспорі. За класифікацією Михайла Бурика діти народжені в сім'ях мігрантів відносяться до тієї ж хвили міграції, що й їх батьки, адже соціалізувались у сім'ї яка несе культуру своєї хвили та перейняли мову і традиції властиві їх поколінню. Батьки Андрія були частиною третьої хвили міграції.

Національна ідентичність героя складна та багатогранна, сам оповідач вважає себе американським українцем, тобто є патріотом двох держав. Національна ідентичність повязана із професійною діяльністю. Андрій організовує українські фестивалі, літні табори та концерти української музики, також він є директором української школи св. Юра. Головним фактором почуття приналежності до українства є спільнота та культура, а саме українська музика.

Інтерв'ю записане 25 січня 2019 року у приміщенні школи св. Юра у Нью-Йорку.

Мультимедійна історія на основі інтерв'ю складається із основного тексту, позатекстових цитат, 3 - ох фото-портретів, аудіозапису інтерв'ю

та двох відео-історії (хронометраж – 1 хв 30 с. - 2 хв 30 с.). Режим доступу: <https://readymag.com/Ukrainiansfaraway/1389850/>

Додаток Г. Василь Махно. Супровідна записка до інтерв'ю

Поет Василь Махно родом із Тернопільщини. Переїхав до США з економічних причин у 2000-му році. Оповідач зазначає, що мігрувати на все життя не планував. Інтерв'ю Василя є найбільш плідним на рефлексії, адже він є активним українським поетом та письменником, який часто висловлюється на ці теми. На національну ідентичність автора впливають його професія письменника та діяча Національного Товариства ім. Шевченка в Нью-Йорку. Головним критерієм відчуття себе українцем вважає професійну діяльність.

Інтерв'ю записане протягом 18, 24 лютого 2019 року у приміщенні НТШ в Нью-Йорку.

Мультимедійна історія на основі інтерв'ю складається із основного тексту, позатекстових цитат, 4 - ох фото-портретів, аудіозапису інтерв'ю та двох відео-історії (хронометраж – 1 хв 30 с. - 2 хв 30 с.). Режим доступу: <https://readymag.com/Ukrainiansfaraway/1383929/>

Додаток Д. Орест Попович

Орест Попович родом із інтелігентної сім'ї Львівського підприємця та вчительки. Народився у 1933 році у м. Львів, який до наших днів відвідує. Записи та відео із розмовою з п. Поповичем є найоб'ємнішими.

Українську ідентичність автор розглядає в контексті історії його сім'ї та власної професійної діяльності як голови НТШ та науковця. Головним фактором власної національної ідентичності вважає генеалогічне походження та політичну активність.

Інтерв'ю записане 18 лютого 2019 року у приміщенні НТШ у Нью-Йорку.

Мультимедійна історія на основі інтерв'ю складається із основного тексту, позатекстових цитат, 2 - ох фото-портретів, аудіозапису інтерв'ю та двох відео-історії (хронометраж – 1 хв 30 с. - 2 хв 30 с.). Режим доступу: <https://readymag.com/Ukrainiansfaraway/1415628/4/>

Додаток Е. Плакат створений під час практики для пошуку героїв.



**You are Ukrainian and live in New York?
Want to be a hero of documentary movie?**

We are compiling stories of the Ukrainian Diaspora, for a Master Thesis in Journalism at Ukrainian Catholic University.
I am available in New York City and vicinities, to meet and record your original family story, tracing the beginnings in Ukraine and the motivations of your migration. And ultimately, your arrival in USA, and integration in the communities, both Ukrainian and American or your life in communities if you were born in USA.
I am available most days, through February 22. Please contact me to discuss this opportunity to include your history in this archival project.

Тоді ти маєш можливість стати одним з героїв мого відеопроєкту про українців у США та заодно допомогти студенту Українського Католицького Університету.
Відповіді на всі питання, які в тебе виникли, зможеш дізнатися, написавши мені.
Буду дуже вдячний, якщо ти поділишся цією інформацією з друзями та батьками.

Facebook and WhatsApp: Oleksandr Rezen
Phone number: +1 (718) 578-3715