

ВНЗ «Український католицький університет»

Факультет суспільних наук

Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до магістерського проекту
(або магістерської роботи)

освітньо-кваліфікаційний рівень – магістр

на тему ««Повернення на Батьківщину»: історії успіху»

Виконав:
студент 6 курсу, групи СЖУ 17/М
галузі знань
06 «Журналістика»
спеціальності
061 «Журналістика»
Арович В.В.

Керівник – Балинський І.О.
Консультант – Опока Ю.В.

Рецензент – Бабенко В.В.

Львів – 2019 року

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Мультимедійні історії в сучасній журналістиці	
1.1. Історії успіху як медіатренд.....	6
1.2. Технологія створення мультимедійного сторітелінгу.....	13
РОЗДІЛ 2. «Повернення на Батьківщину»: авторський цикл мультимедійних історій	
2.1. Історія та концепція циклу мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину».....	20
2.2. Творча лабораторія створення циклу мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину».....	26
ВИСНОВКИ	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	34
ДОДАТКИ	38

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасні українські медіа переповнені історіями з негативною конотацією про еміграцію з України. «За межами України живуть 11 мільйонів українців», «щодня Україну покидають десятки тисяч людей» - такі заголовки охопили український інформаційний простір. Нерідко про життя українців, які переїхали закордон, розповідають як про лотерейний виграш чи щасливий збіг обставин. Проте, окрім тих, хто переїжджає на постійне місце проживання до інших країн, є чимало людей, які повертаються на Батьківщину. Психологи пояснюють перевагу негативних історій над позитивними тим, що у людей завжди набагато більше зацікавленості до негативу.

Медіааналітики, які слідкують за контентом українських ЗМІ, вказують на те, що тема еміграції набула вже табloidного забарвлення. Тому що новини, де подається інформація про зниження демографічного приросту в Україні, подаються як сенсація, пояснюючи все це масовим виїздом людей, наприклад, до Польщі.

Цикл мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину» частково розвіює стереотипне уявлення читачів, що в Україні існує тільки позитивна міграція, та про те, що українці з європейською освітою не повертаються додому. На конкретних прикладах із життя показані історії тих, хто, отримавши освіту за кордоном, повертаються у рідні міста та створюють тут власні стартапи чи доєднуються до роботи у міжнародних компаніях.

Основою роботи стали дослідження з теорії мультимедійного сторітелінгу Матса Вікмана [7], Сет Гітнера [24] та Ральфа Кендльбахера [1].

Актуальність роботи зумовлена потребою висвітлити історії людей, які отримавши освіту за кордоном та маючи кар'єрні перспективи все ж повернулися до України, популяризувати їх, привернути увагу громадськості та держави до проблеми міграції загалом та можливостей її вирішення.

Мета роботи – висвітлити тему міграції в українських медіа; на прикладі історій конкретних людей, які повернулися до України, показати, що міграція є її позитивною і про успішні історії українців з європейською освітою також потрібно писати.

Досягнення мети передбачає виконання таких завдань:

- з'ясувати особливості мультимедійної журналістики;
- дослідити розвиток мультимедійних жанрів журналістики в українських ЗМІ;
- проаналізувати специфіку жанру;
- на прикладі власного творчого проекту окреслити етапи творення мультимедійних текстів;
- проаналізувати ефективність мультимедійних засобів під час підготовки власного циклу мультимедійних історій, об'єднаних загальною темою «Повернення на Батьківщину».

Об'єкт – авторські мультимедійні історії в українських медіа, **предмет** – засоби мультимедійного нарративу для висвітлення позитивних історій в циклі «Повернення на Батьківщину».

Методи. Відповідно до поставлених завдань, використано такі методи дослідження:

аналізу та синтезу – для поділу ключових складових мультимедійної історії на частини; *аналогії* – для порівняння розвитку мультимедійної журналістики в Україні та за кордоном; *теоретичний* – для вивчення базових понять та властивостей мультимедійного сторітелінгу.

Для розкриття теми використали метод аналізу публікацій онлайн-видань «Новое время», «Заборона», «The Ukrainians», «Українська правда. Життя», «Радіо Свобода», «Platfor.ma», «ТСН.UA», «Liga.Net». Цей підхід допоміг визначити тенденції мультимедійної журналістики, використання візуальних засобів та актуальність теми.

Новизна роботи полягає у дослідженні жанру мультимедійного сторітелінгу, його особливостей, трансформації та тенденцій розвитку в сучасних медіа. В межах роботи створено та опубліковано цикл мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину», в якому розповідаються історії людей, які маючи нагоду працевлаштування за кордоном повернулися до України та створили тут власні проекти або ж співпрацюють з міжнародними організаціями.

Структура наукової роботи. Робота складається з вступу, двох розділів, висновків та переліку використаних джерел.

У вступі обґрунтована актуальність теми та причини її вибору, сформульована мета, поставлені завдання для її досягнення, описані методи роботи, визначені об'єкт і предмет.

У першому розділі «Мультимедійні історії в сучасній журналістиці» охарактеризований мультимедійний сторітелінг, його сучасні тенденції та взаємодія з іншими журналістськими жанрами.

У другому розділі «Авторський цикл мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину» описано засади та особливості роботи автора, проаналізовано цикл мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину».

У висновках зазначено основні положення магістерського проекту.

У додатках подано мультимедійні історії циклу.

РОЗДІЛ 1. МУЛЬТИМЕДІЙНІ ІСТОРІЇ В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

«Історії успіху» як медіатренд

В епоху революцій та геополітичних змін історії успіху в ЗМІ допомагають згуртовувати людей та спонукати їх до дій. Як зазначають дослідники, у людей є психологічна привабливість до оптимізму та впливу, який може призвести до позитивних змін. Також вони зауважують, що в оптимістичних історіях повинен бути баланс між оптимізмом та песимізмом. Таке поєднання може сприяти залученню громадськості до актуальних проблем та їх вирішення на прикладі конкретних героїв.

Ідея висвітлення позитивних новин зовсім не нова, адже у журналістиці є таке поняття як конструктивна журналістика. Її суть базується на повідомленні новин, орієнтованих на конкретні рішення та дії, замість того, щоб висвітлювати негативні та конфліктні історії.

Засновниця The Huffington Post Аріанна Хаффінгтон на форумі у Маямі в 2013 році сказала, що медіа-компанії несуть відповідальність за те, щоб висвітлювати хороші новини, а не тільки погані. Вона зазначила, що журналісти, як правило, живуть за девізом: «Якщо там ллється кров, новина піде першою». «У The Huffington Post ми робимо велике охоплення на тому, що не працює, - каже Хаффінгтон. - Але якщо ми говоримо про майбутнє ЗМІ, то нам потрібно зосередитися на тому, що працює та має успіх, і як ми можемо виміряти хороші речі, які трапляються» [16]. Тобто, цей напрямок з позитивними історіями та успіхом потрібен для того, щоб дати людям більш повну картину світу, розповідати про вирішення проблем на конкретних життєвих історіях та надихати на інновації. Також у The Huffington Post є підрозділ «HuffPost Good News», який фокусується на позитивних змінах у громадських сферах, стартапах та новинках. При його створенні керувалися тим, що звичайні люди воліють ділитися з близькими перш за все добрими новинами, а вже потім крадіжками чи вбивствами.

У 2015 році компанія Positive News провела краундфандинг та зібрала 263 тисячі фунтів за 30 днів на існування власного проекту. На сайті проекту засновники зазначають, що їхній портал - це журнал доброї журналістики про добрі речі, що відбуваються навколо нас. «Коли значна частина засобів масової інформації переповнена смертями та похмурістю, то Positive News - це перша у світі медіа-організація, яка присвячена якості, незалежному звітуванню про прогрес, можливості та рішення» [14].

Вже через рік, у 2016 році британська газета The Guardian також інвестувала у позитивні новини та конструктивну журналістику. Таку зацікавленість до позитивних історій психологи пояснюють тим, що люди, крім негативних історій мають психологічну зацікавленість до позитивних.

Згідно з результатами дослідження психолога Ілони Бонівелл, наявність в емоційному плані співвідношення позитиву та негативу у межах 3:1 призводить до відчуття розквіту [2]. Однак, вона також зауважує, що наявність негативних емоцій теж необхідна для повноцінного життя. А порядок денний у ЗМІ впливає на уявлення індивіда про світ у цілому та його світосприйняття. Інші результати виявила у своєму дослідженні Деніс Баден, доцент Університету Саутгемптона - чим негативніше люди почуваються від споживання новин, тим менш ймовірно, що вони будуть висловлювати свою думку або брати участь у покращенні світу навколо себе [27].

Редактор журналу «Позитивні новини» Шон Даган Вуд вважає, що маятник зайшов надто далеко до негативних новин, тому що редактори ЗМІ хибно припускають, що негативізм у медіа автоматично генерує аудиторію.

У данському місті Орхус розташований Constructive Institute, який займається впровадженням конструктивної журналістики. Його створили як відповідь на збільшення таблоїдизації, сенсаційності та упередженості негативу в інформаційних ЗМІ [19].

В українських медіа історії про звичайних людей, які досягли певних здобутків у своїй сфері, завжди користувалися попитом серед читачів. Підтвердженням цього є сотні публікацій історій успіху у таких медіа як «Голос Америки», «Радіо Свобода», «The Ukrainians», газеті «День», «KFUND-media», «Накипело», а великій кількості телесюжетів на телеканалах.

Одним із популярних проектів виключно позитивних історій про людей, організацій та підприємства в українському медіапросторі є кросплатформове медіа #ШоТам. Його створила громадська організація «Криголам» за фінансової підтримки USAID. На їхній сторінці у Facebook деякі відео набирають мільйони переглядів, а більшість – декілька сотень тисяч. Як зазначають адміністратори #ШоТам, їхнє медіа – це приклад української конструктивної журналістики. У часи, коли більшість національних та регіональних ЗМІ зосереджується на негативних новинах, вони шукають успішні історії, приклади креативних рішень та позитивних зрушень в суспільстві та державі. Основна мета проекту позитивних новин та відео – мотивація українців щось робити та змінювати і викорінення стереотипів про бідних, нещасних та покинутих українців [10].

У більшості «успішних історій» в українських ЗМІ можна виділити такі критерії:

- **Герой.** У проаналізованих матеріалах героями виступають люди. Але паралельно з цим, є чимало успішних історій, де головними героями є організації, ідеї чи навіть цінності.

- **Структура та сюжет.** Найчастіше структура це – зав'язка, розвиток дії, кульмінація, поворотна подія, розв'язка. Вона може бути змінною та непослідовною. У сюжеті розвивається герой, що передувало його успіху та чого досягнув у кінці.

- **Немає висновків,** тобто журналіст підводить аудиторію до висновку, але сам їх не озвучує.

- **Факти із біографії героя складені у послідовну історію**, бо часто журналісти викладають сухий фактаж чи статистику, яка є нудною та не сприймається аудиторією.
- **Менше деталей – більше цінної інформації**. Цінна – це та інформація, яка найкраще підкреслює основну мету журналістського матеріалу та не перетворює його у некролог.
- **Ключовий меседж, посил**. Історія не може бути про все, повинен бути меседж, сенс, який ми закладаємо.
- **Конфлікт**. Будь-яка історія стає цікавішою та захоплюючою, якщо містить конфлікт. Конфліктом в історіях успіху стають люди, які заважали герою на шляху до досягнення мети, чи певні травми, хвороби або ж складні життєві обставини, які врешті-решт він долає [34].

Переважно ці історії подаються у таких форматах: інтерв'ю, репортаж, телесюжет та мультимедійні історії. Саме розвиток мультимедійних технологій надає безмежні можливості для структурування та подачі тексту. Паралельно із кризою друкованих видань активно розвиваються нові мультимедійні формати. Тому дедалі частіше медійники розповідають історії не тільки у форматі тексту, а й за допомогою мультимедіа – доповненого матеріалу з аудіо, фото та відеоматеріалами. Зазвичай у цих історіях немає авторського «я», все побудовано так, аби читач максимально зрозумів сенс та контекст матеріалу. Існування цього нового формату яскраво показує як трансформувалися медіа впродовж останніх десятиріч. Зокрема, в Україні мультимедійні історії створюють переважно великі медіакорпорації, тому що це досить дороговартісний та ресурсновитратний формат.

Вперше у світі мультимедійну історію опублікувала The New York Times, створивши матеріали Snowfall та A game of shark and minnow [31]. Як зазначає дослідник Кобі ван Крікен, у мультимедійні історії Snowfall головні частини матеріалу яскраво реконструюються за допомогою комбінації тексту, зображення, відео та графічної анімації [29]. Незважаючи на те, що текст все ще залишається

центральним для всіх нарративних методів, він доповнюється іншими форматами засобів масової інформації для створення різних мультимедійних комбінацій, кожен з яких посилює досвід занурення [28].

Як зазначають дослідники у «Підручнику з кросмедіа», нові технології дають змогу розповідати історії з додаванням відео, створювати несподівані ефекти завдяки звичайному перегортанню фото. Хоча головним у якісних лонгрідах залишається текст – без цікавого сюжету, героїв, ексклюзивної інформації історію не врятують найгарніші ілюстрації [3].

Український режисер та власник продакшн-студії «Передова» Андрій Приймаченко дифеніціює мультимедійну історію як матеріал, при створенні якого використовуються різноманітні медійні інструменти: від суто журналістських прийомів до глибшого художнього осмислення [9].

Новинні матеріали представлені у ЗМІ в лінійному форматі, а в мультимедійній історії – у нелінійному. Нелінійна подача означає, що замість читання суто структурованого єдиного нарративу, читач обирає, як саме рухатися елементами історії. Це надає читачу яскраву та деталізовану сцену історії та полегшує уяву про майбутні події. Також у мультимедійному сторітелінгу порушується новинна піраміда, де спочатку йде основне повідомлення, а в кінці - найменш важлива інформація [16].

Мультимедійний сторітелінг охоплює жанри, які можуть бути як структурними компонентами історії, так і окремими завершеними публікаціями. До них зараховують:

- статичну ілюстрацію — класична ілюстрація в мультимедійній історії;
- аудіоілюстрацію — мінімально короткий фрагмент аудіозапису, що належить до певної частини тексту;
- аудіосюжет, який схожий на класичні радіосюжети із цитатами ньюзмейкерів та інтершумом;

- відеоілюстрації — фрагмент відео, що належить до певної частини тексту, інфографіки або мультимедійної статті;
- відеосюжет — закінчене відеоповідомлення, яке має свою зав'язку, кульмінацію й розв'язку;
- відеоколонка, відеонарис, відеокоментар — жанр, що «вийшов» із телевізійних студій та, ймовірно, став проміжним етапом перед тим, як перетворитися на інтерактивну відеоколонку [16, с. 129–138].

З плином часу та з розвитком технологій з'являються різні форми сторітеллінга, але всіх їх об'єднує одна мета - «залучити зір» (фотографії, візуальне оформлення, а також зображення та звук) і слух (аудіо, подкасти і відео), тактильні відчуття (використання сенсорного екрану на мобільних пристроях начебто смартфона або планшета, що дозволяють буквально «доторкнутися» до описуваного об'єкту) [4, с. 4].

Також виокремлюють інший мультимедійний формат розповіді історії – мультимедійний лонгрід. Дослідниця М. Булаєва характеризує лонгрід як «мультимедійний проект, присвячений конкретній події або проблемі, актуальній даті. Ключовою характеристикою такого формату є обсяг та тривалість матеріалу, а основою — журналістський текст» [2, с. 121]. Таким чином, спільними між мультимедійною історією та мультимедійним лонгрідом є наближеність до розлогого візуально-інформаційного повідомлення з фотоілюстраціями, інфографікою, аудіо- та відеоматеріалами.

Мультимедійні лонгріди стали ідеальною еволюцією формату журнальної статті в Інтернеті. Вони лише потребують правильних інструментів для свого представлення і навичок роботи з ними. Навіть читають їх за моделлю leanforward – нахилившись вперед, адже лонгріди лягають в одну категорію з кінофільмами, серіалами, журналами та книгами: їх читають, зручно розташувшись в кріслі або на дивані. Читач лонгріда готовий витратити півгодини не на 10 новинних заміток,

а на одну ґрунтовну аналітичну публікацію, дійсно варту уваги. При великій кількості інформації настає втома від окремих невеликих повідомлень, з яких важко зібрати щось цілісне і єдине, а мультимедійний сторітелінг повертає цінність вдумливого читання, а не пробігання очима заголовками [15, с. 28].

У контексті дослідження різних мультимедійних форм також необхідно виокремити трансмедійний сторітеллінг (transmedia storytelling) - це розповідь однієї історії на різних платформах і форматах, що використовують сучасні цифрові технології. Технологія трансмедійного сторітелінгу дозволяє створювати інтерактивне медіасередовище, в якому всі елементи однієї історії «розподілені між різними платформами для того, щоб створити цілісний сюжетно-композиційний простір та розкрити сюжет конкретної історії для конкретної аудиторії в певному контексті» [31, с. 48]. Американський медіадослідник та філософ Генрі Дженкінс зазначає, що не слід плутати трансмедійність з традиційною кросплатформовістю та медіафраншизами. На його думку, трансмедійність - це унікальний контент на різних медіа-платформах, який, тим не менш, взаємопов'язаний [8, с. 15].

Впродовж останніх десятиріч розвиток нових мультимедійних технологій неабияк посприяла створенню та становленню нових жанрів у журналістиці. Так, зокрема, мультимедійний сторітелінг зараз є доступним на всіх мобільних пристроях, які мають доступ до Інтернету. Це створює безмежні можливості для редакцій не тільки для публікації журналістських матеріалів, а й нативної реклами, яка приносить фінанси у медіа. Тобто, жанр мультимедійного сторітелінгу активно розвивається та модернізується з кожним оновленням версії веб-розмітки та новими трендами у медіа.

Технологія створення мультимедійного сторітелінгу

З численною появою нових засобів масової інформації на початку 2000-х років для видавців постала необхідність інтеграції між друкowanими та онлайн-виданнями. Замість зниження інтересу до журналістських історій, Інтернет навпаки відкрив нові можливості для журналістів. Саме тому найбільші медіа-гіганти трансформуються та створюють онлайн-копії друкowanих видань, або ж повністю переходять на Інтернет-майданчики. Паралельно виникають формати, а також у сфері функціонування традиційних медіа з'являється конвергенція жанрів та форм. Вона передбачає, що у результаті поєднання різних медіаплатформ, наприклад, друкowanих ЗМІ з телевізійними на базі інтернет-порталів, жанри, раніше властиві будь-якій одній медіаплатформі, проникають та асимілюються з іншими [16, с.52].

Варто зазначити, що непохитною структура медіаредакцій була до 1980-х років минулого століття. Бо вже згодом почалися процеси конвергенції та злиття класичних ЗМІ з найбільшими телекомунікаційними корпораціями та сферою культурних індустрій; почали масово виникати великі концерни та холдинги - газета плюс радіостанція, телевізійний канал плюс студія звукозапису. Одночасно традиційні ЗМІ навчилися переймати один в одного елементи та методи візуального супроводу інформації; в пресу, наприклад, приходять колір та високоякісна ілюстрація, а верстка або фотографія стає не просто оформлювальним елементом, а «доданим вмістом» [8, с.9].

Однак реальні зміни у тогочасних медіа розпочалися після комп'ютерної революції та появи мережі Інтернет. У 1995 році у Великій Британії розпочав роботу перший бізнес-портал «Weekend City Press Review», а в Росії – інформаційне агенство «РБК». Вже через рік, у 1996 році, у мережі з'явилися сучасні гіганти журналістики – «The Times» (Велика Британія), «Le Mond» (Франція) та «The New York Times» (США).

Вплив інтернет-технологій суттєво позначився на розвитку журналістики та її змісті. Тому давно усталені жанри зазнали трансформації у зв'язку з відтоком аудиторії у мережу Інтернет. Зараз дедалі більшої популярності набувають нові форми відтворення інформації, зокрема формат мультимедійного сторітелінгу.

Чимало дослідників журналістики займались вивченням мультимедійного сторітелінгу у ЗМІ. Зокрема, такі як Дуй Лін Ту [32], С. Гітнер [24], Д. Колодзи [30], К. Кобре [22], М.Дез [16], О. Брайан [12] тощо.

Сторітелінг (від англ. Storytelling) – це мистецтво розповідання історій. Його почали застосовувати ще у світовій літературі, зокрема, під час написання біографій чи військових походів. Сторітелінг є актуальним для сучасних ЗМІ, бо дозволяє розкрити кращі людські риси через чітку та послідовну історію. Цей об'ємний жанр складається з усіх виразних можливостей журналістики, об'єднує зусилля цілої команди журналістів, створюється за допомогою найсучасніших інформаційних технологій, підвищуючи цінність і дієвість інформації для сучасної активної аудиторії [22, с.52].

Наковці подають таку дефініцію мультимедійного сторітелінгу - це комбінація новин на веб-сайті, що використовує два або більше медіаформатів, такі як (але не обмежуючись лише ними) розмовне та письмове слово, музику, рухомі та нерухомі зображення, графічні зображення, включаючи інтерактивні та гіпертекстуальні елементи [35, с.22].

Принципова відмінність між мультимедійним сторітелінгом та іншими жанрами журналістики полягає в тому, що тут є можливість для інтерактивної взаємодії з аудиторією. Бо читачі з нішевими інтересами можуть реагувати на історії, поширюючи їх на своїх сторінках у соціальних мережах. Крім того, журналісти можуть використовувати реакції на публікації для створення наступних історій.

Голландський дослідник інтернет-журналістики Марк Дезе у статті «Що таке мультимедійна журналістика» запевняє, що немає однозначного визначення терміну «мультимедіа», натомість є два підходи до інтерпретації цього терміну: коли для публікації новин на сайті використовують два і більше медіаформати (текст, музика, статичне або рухливе зображення, графіка, елементи гіпертексту) або ж коли новини подають через різноманітні платформи (інтернет-платформи, мобільні медіа, SM, радіо, телебачення або друковані медіа) [16].

В українських ЗМІ мультимедійні історії почали з'являтися ще на початку 2014 року, тоді перші матеріали з'явилися на сторінках порталу «Новое время» та проекту The Ukrainians, який був повністю побудований як лонгвід-інтерв'ю. Згодом цей формат досить активно почали використовувати інші ЗМІ, зокрема «ЛІГА.net», «Українська Правда. Життя», «Platfor.ma», «ТСН.ua» та «24tv.ua». Сьогодні, наявністю розділу з лонгвідами на сайті вже нікого не здивувати.

Матс Вікман, спеціаліст зі сторітелінгу та використання цифрових технологій у журналістиці шведського Медіаінституту Фоґо, виділяє такі особливості при створенні мультимедійного сторітелінгу:

- Перший абзац у тексті дуже важливий. У ньому треба пояснити, про що текст та чому його варто читати.
- У тексті слід робити шматки землі, для того щоб «приземлити» читача — підзаголовки, виділені слова, «повітря» між абзацами. Одна думка — один абзац. Не варто робити великих абзаців, інакше читачі відразу підуть.
- Потрібно не забувати робити посилання на інші історії. 40 % відвідувачів будь-якого видання не бачить головної сторінки, заходячи з соціальних мереж — і цей відсоток зростає.
- Головне у відео — заголовок. Якщо заголовок поганий, ніхто не буде дивитися відео. Відеоісторія повинна бути зрозумілою без звуку.

- Сторітелінг схожий на складання конструктора Деталі конструктора — відео, звук, текст, заголовок, які читач складає до купи. Завдання журналіста — підготувати правильні шматки так, щоби конструктор можна було легко скласти [7].

Цей перелік відмінностей мультимедійних матеріалів від звичайних усталених жанрів змушує журналістів вивчати нові підходи та технічний інструментарій для створення мультимедійного сторітелінгу. Також викликом для редакцій є правильний розподіл ролей, а саме: хто займатиметься написанням тексту, версткою, фото- та відеоматеріалами. «Основна відмінність конвергентного журналіста від традиційного в тому, що він повинен визначити оптимальний для конкретної новини формат та вміти створити у ньому свій матеріал» [35].

Саме тому останні роки дедалі популярнішими стають універсальні журналісти, які можуть виготовляти контент для будь-якої платформи - друкованої, радіо-, телевізійної та мультимедійної. Процеси підготовки та публікації різних частин мультимедійного сторітелінгу називають дистрибуцією. Тобто, кожен фахівець у редакції займається своїм пластом роботи в результаті якого виходить повноцінний мультимедійний матеріал.

Журналісти BBC поділяють редакції на два типи [37]. У редакції першого варіанту всі друковані матеріали із газети копіюють на вебсайт. Це може трапитися ще до того, як новинна історія була видана в друкованій версії, або навіть після того, як газета вже розвезли по кіосках. У редакції другого варіанту є повністю забезпечений необхідними технологіями редакційний відділ з онлайн-репортерами та онлайн-редакторами, які проводять власні дослідження, створюють власний контент і працюють з веб-сайтом як з більш-менш незалежною від друкованого видання платформою. Онлайн-редакції такого типу можуть бути частиною редакції друкованого видання, або навіть окремою компанією. Незалежно від варіацій, в мультимедійному ньюзрумі, відповідальність за друковану та онлайн-платформи розподіляється між різними людьми, між редактором друкованого випуску і

редактором онлайн-версії. Так само, як і створення, обробка та розповсюдження інформаційного продукту відбувається на різних платформах.

«В першу чергу, я журналіст, - стверджує Майк Гріффін, оглядач американської «Orlando Sentinel». - І було б безвідповідально з мого боку, якби я не міг розповісти про новину тільки тому, що не вмію працювати в форматі того чи іншого медіа. Кожен, хто вважає себе журналістом, повинен навчитися виконувати свою роботу у найрізноманітніших медіа» [8].

Ральф Кендльбахер, менеджер проектів та керівник проекту «Крос-медіа і якісна журналістика» в німецькому університеті Пассау, каже, що журналістика завтрашнього дня не обмежена в техніці. Більше уваги все ж варто приділяти змісту. Бо людство переходить у фазу «органічних медіа». Техніка відходить на задній план, адже вона всюди однакова. Важливішим є зміст і те, як він продається. «Журналіст повинен бути готовим робити будь-що, тобто мати уявлення про всі медіаканали. Він повинен знати, як знімати відео, працювати з аудіоматеріалом. Але за умови, що кожен журналіст має якусь певну спеціалізацію. Я, наприклад, можу користуватися усім, аж до друкарського станка, але моєю основною сферою є текст і фотографія» [1].

Головна редакторка білоруського порталу TUT.BY Марина Золотова рекомендує робити мультимедійний матеріал без прив'язки до часу та конкретних подій. Тобто він повинен бути цінним та цікавим і за 10 років після публікації. «Важливо, щоб цей матеріал був добре індексований пошуковими системами, тому що після того, як він зникне з головної сторінки ресурсу, саме пошукові запити стануть основним джерелом трафіку. І ще важливо, щоб за візуальним наповненням не загубився зміст» [8, с. 31].

Девід Вайнтрауб, штатний інструктор Школи журналістики та масових комунікацій Університету Південної Кароліни США, класифікує сім етапів підготовки зі створення мультимедійної історії.

1. Не варто плутати ідею та історію. Наприклад, Стів Келлі і Мейзі Кроу створили п'ятихвилинну мультимедійну розповідь «Голодний: Життя з синдромом Прадера-Віллі» для Howard County Times. Їхня ідея полягала в тому, щоб задокументувати наслідки невиліковного генетичного розладу, симптоми якого викликають ненаситний голод, зниження коефіцієнту інтелекту та проблеми з поведінкою. Але це не історія. Історія – це, наприклад, відносини між підлітком-хлопчиком з психічними розладами і його батьком, який ним опікується.

2. Структура історії. Якісна історія має чітку структуру - початок, середину та кінець. Вона повинна відрізнитися від буквальної оповіді.

3. Аудиторія. Варто орієнтувати свої історії на широку публіку, яка вже за перші секунди перегляду зацікавиться контентом.

4. Автор. Історія має автора - ним може бути журналіст, оповідач або ж учасники розповіді.

5. Контент. Не потрібно використовувати десятки фотографій чи відео. Кожна візуальна складова має доповнювати одну історію, а не розбиватись на декілька.

6. Аудіо. Природні звуки, інтершуми, звукові ефекти – ці складники можуть доповнити мультимедійний сторітелінг.

7. Основні елементи. Кожна історія має ключові елементи, які дозволяють зробити її мультимедійною. Якщо це історія про людину певної професії, то бажано, аби ми мали інтерв'ю та відео з цією людиною у різних локаціях [121].

Отже, мультимедійний наративний виклад інтерактивністю забезпечує активну роль аудиторії при перегляді історії та її елементів, висловленні реакцій та коментарів. Також цей формат змушує редакції обирати формат створення мультимедійних історій та їх створювача – команди спеціалістів чи все ж універсального журналіста. Останній сьогодні переважає в українських редакціях, бо це дозволяє зменшити бюджет історії та ресурсну витратність медіа. Поступово вже самі користувачі Інтернету почали освоювати техніку створення мультимедійних історій, завдяки доступним спеціалізованим сервісам, зокрема і в соціальних медіа. Ймовірно, така тенденція знизить рівень якості і збільшить кількість таких матеріалів, від чого знеціниться «елітарність» та унікальність мультимедійного сторітелінгу. Однак, користувачі соцмереж не є прямими конкурентами журналістів, бо, незважаючи на новий формат, необхідними залишаються журналістські стандарти.

РОЗДІЛ 2. «ПОВЕРНЕННЯ НА БАТЬКІВЩИНУ»: АВТОРСЬКИЙ ЦИКЛ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ІСТОРІЙ

Історія та концепція циклу мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину»

Сьогодні проблеми міграції стають ключовими у новинних стрічках світових ЗМІ. Перш за все, це стосується громадян країн з важкою економічною ситуацією, бо вони наймасовіше покидають власні домівки у пошуках кращого життя. Це пов'язано із внутрішніми війнами у країнах, кризами в економіці та політичною нестабільністю. Однак, чимало людей із розвинених країн змінюють місце проживання заради кращої кар'єри чи вищого заробітку. Загалом у медіа висвітлюють особливості соціально-економічної міграції, внутрішні та зовнішні переселення та загальну мобільність працездатного населення та молоді. Також часто крім загальних причин, журналісти досліджують в окремих історіях соціально-психологічні та етнологічні чинники.

Ідея створити цикл мультимедійних історій, об'єднаних загальною темою «Повернення на Батьківщину», про людей, які отримавши освіту за кордоном, вирішили повернутися до України та створити тут власні ініціативи, виникла зі спостережень у ЗМІ та українському інформаційному просторі, за тим, що Україну щодня покидають десятки тисяч українців. За запитом «еміграція українців» пошукова система Google видає близько 27 тисяч результатів. Головними меседжами є: до чого призведе трудова міграція, чому Україна втрачає спеціалістів та хто замінить українських робітників в Україні?

Для оцінки кількості тих, хто щодня покидає Україну, ентузіасти навіть створили сайт <http://www.ukrainianpeopleleaks.com>, який у реальному часі показує темпи еміграції [13]. Статистику розраховують за інформацією ООН та даними Міністерства закордонних справ України. Так, за даними ресурсу, кожні 30 секунд

один громадянин України вирушає за кордон, а загалом за останні 14 місяців - 1 227 897 українців.

Як зазначають дослідники, найголовнішою причиною еміграції залишаються економічні чинники. Зокрема, це низькі зарплати, безробіття, закриття підприємств та великий розрив між прибутком та витратами. Наші співвітчизники у розвинутіших країнах шукають підвищення доброботу, якіснішої медицини, освіти та соціальних послуг.

За статистикою Центру економічної стратегії (ЦЕК), одночасно за межами країни перебуває близько 2,6 - 2,7 млн осіб [12]. Тобто, українці їдуть за кордон на сезонну роботу, заробляють там гроші та повертаються додому. Серед найвагоміших причин все ті ж: вищий у декілька разів рівень оплати праці та доступні робочі місця. Однак згодом українці все ж повертаються додому, бо тут почуваються комфортніше та впевненіше. Це історія про трудових мігрантів, однак є й ті, хто виїжджає у один кінець на постійно.

За даними офіційної статистичної служби Європи - Євростату, у 2017 році 662 000 українців отримали дозвіл на проживання у ЄС [23]. Найбільше українців цікавить Польща, туди переїхало 585 439 людей за 2017 рік. Наших співвітчизників також прихистили: Угорщина, Словаччина, Чехія, Естонія та Литва. Варто зазначити, що ці країни з антиімміграційними урядами, відкрито борються або бойкотують спроби ЄС перерозподілити мігрантів з Близького Сходу, однак самі приймають чимало трудових мігрантів із сусідніх країн – Білорусі та України.

В українських ЗМІ є чимало історій успіху, про людей які повернулися до України та створили тут власні стартапи чи отримали швидке кар'єрне зростання. Так, наприклад, на українській версії The Villiage є серія матеріалів «Це мій дім. Чому я поверну(лася)вся до України», де розповідається про українців, що стали відомими за кордоном, але повернулися до України: «Дизайнерка Олена Базу –

про повернення в Україну після року роботи у Нью-Йорку», «Вадим Грановський – про повернення в Україну після десяти років роботи в Лондоні та двох років на Балі», «Про повернення додому після життя у Канаді, Німеччині, Норвегії, Судані та Уганді». Переважно це не типові історії, старт яким дають українські реалії, а продовжують покращення в економічному секторі та зміна державних структур. Ці матеріали збирають численні відгуки серед Інтернет-аудиторії українських мігрантів та тих, хто повернувся до України.

Також на Радіо Свобода виходила серія матеріалів про історії успіху переселенців, авторкою яких була стипендіатка Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода за програмою «Regional Reporting Fellowship program» Ольга Комарова. Основний акцент був саме на нових жителях міста Київ, які до цього проживали на територіях Донецької та Луганської областей. Паралельно з Інтернет-матеріалами, український онлайн-журнал The Ukrainians видав книгу з 20 мотивуючими розмовами з проактивними українцями, які раніше були опубліковані на сайті.

Загалом ці матеріали виходили у мультимедійному форматі, доповнені візуальним наповненням – фото та відео, рідше аудіо.

Мультимедійні історії журналісти використовують зважаючи на можливості власного медіа:

- фотографії, щоб захопити сильні емоції або ключовий момент часу;
- відео для показу дій, захоплення сильних емоцій;
- аудіо, щоб висвітлити привабливі цитати або поділитись «навколишнім» інтершумом;
- графіка, щоб показати складні процеси або статистичні дані у простому для розуміння форматі [21].

Зазвичай ці елементи створюють універсальні журналісти, що дозволяє зменшити бюджет на виробництво матеріалів.

Дослідник Майкл Ернандес також додає, що ідеї є найважливішою частиною мультимедійної історії. «Знайдіть колоритні предмети інтерв'ю з унікальними точками зору. Варто також продумати питання на інтерв'ю, структуру сюжету та голос. Їх буде багато, тому варто вчитися у кожного та робити щоразу крутіші проекти» [26]. Ще важливим є лаконічність тексту та не перевантаження його різними зайвими елементами та інформацією.

Тексти в українських ЗМІ зараз тяжіють до аналітичних жанрів журналістики з вкрапленням візуальних елементів. Чимало мультимедійних матеріалів з'являються разом із повноекранними фотографіями, автоматичним відтворенням аудіо та відеовставками.

Маркетингова платформа Sounding Board подає 5 складових успішної мультимедійної історії. При підготовці циклу мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину» ми скористалися всіма зауваженнями.

1) Дія

Опишіть читачів у своїй історії починаючи з дії. Так, зокрема, у другій мультимедійній історії «Переселенка із Донецька розповіла про досвід роботи за кордоном і повернення до України» є репортажні вставки з вказаним місцем зустрічі та атмосферою, яка там панувала. Також є біографічні вставки про героїню, аби аудиторія змогла дізнатися увесь її шлях та на якому етапі у неї почалися позитивні зміни у житті.

2) Еволюція

Використовуючи описові слова та поділяючи емоції героя, потрібно намагатися викликати емоції у читачів. У першій мультимедійній історії «Навчалася у трьох закордонних вишах і повернулася в Україну робити стартап. Історія донеччанки Анни Чащиної» подані емоції героїні під час активних бойових дій на її батьківщині, у Донецьку. «Коли почалося захоплення адміністративних будівель у

Донецьку, моя родина вже декілька років як жила у Києві, а я навчалася останній семестр у Франції. Мені здавалося, що СБУ дуже швидко вирішить той конфлікт. Найемоційніший спогад – кадри сутичок активістів із правоохоронцями на Майдані, які показували на повторі у студентській їдальні. Це був шок». Крім того, у тексті також добре описано переживання героїні на різних етапах її життя та власні рефлексії на події в Україні.

3) Правдивість та реальність

Потрібно ставити героям відкриті запитання про те, як вони відчували себе у певний момент, чи вони були здивовані або схвильовані, що їм сподобалося найбільше або що вони дізналися при кожній перемозі чи поразці.

Ці відповіді висвітлюють справжній досвід героїв набагато цікавіше, ніж звичайна розповідь. У третій мультимедійній історії «Після Майдану українці в Японії почали визнавати свою національність – Павло Котенко» також особливу увагу надано психологічним відчуттям героя матеріалу: «Я вже навчався у Токіо, коли починався Євромайдан в Україні. Тоді великі обсяги інформації на новинних телеканалах не давали зрозуміти, що насправді відбувається вдома. У мене були дуже змішані почуття».

4) Боротьба

Більшість великих історій описують виклики та труднощі, які було подолано. Тут йде аналогія з книгами чи фільмами, без конфлікту не вийде цікавої історії. Аудиторії важливо знати, що існують виклики. У матеріалі «Переселенка із Донецька розповіла про досвід роботи за кордоном і повернення до України» йде постійна боротьба героїні за пошук хороших можливостей для себе та перспектив у професії. В іншому матеріалі «Переселенка із Донецька розповіла про досвід роботи за кордоном і повернення до України» найбільшим викликом стає захоплення Донецька, де у Альони Каравай була робота, сім'я та стабільність. Через військові дії вона покинула все заради мирного неба над головою. Тобто, на

кожному етапі головні герої розкривають свої труднощі та показують, як вони їх подолали. Це не тільки цікава розповідь, а й приклад боротьби.

5) Лаконічність

Дні тижня, одяг героїв чи інші нюанси не завжди є необхідними для вразливої історії. Бо одна з найцікавіших історій може бути найкоротшою. Тому, аби аудиторія не втрачала інтерес, кожна деталь у тексті чи візуальні елементи повинні доповнювати один одного. Єдине, що робить історію популярною чи вірусною, – це виклад складних думок простими й зрозумілими словами [25].

До переваг варто віднести також те, що завдяки використанню різних компонентів в мультимедійній історії можна показати аудиторії те, що не вписується у вміст, текст чи простір.

Іранський журналіст та блогер Омід Мемарян зазначає, що часто форма в мультимедійних історіях важливіша за зміст. «Веб-сайти, здається, відчують, що їм потрібно запропонувати мультимедійну історію читачам незалежно від того, чи має це сенс чи ні. З активним розвитком мультимедійних звітів змінюються і смаки аудиторії - вони постійно вимагають більше. Через це більшість онлайн-статей супроводжуються слайд-шоу, аудіофайлами та відео» [33].

Зараз, у часи об'єднання медіа-корпорацій та всесвітньої глобалізації, питання виствітлення міграції людей є одним із найактуальніших. Бо щодня між країнами у пошуках кращого життя подорожують тисячі українців, і зазвичай всі проблеми падають на їхні плечі. Для того, аби показати іншу сторону життя емігрантів та тих, хто охоче повертається до України, необхідно висвітлювати цю тематику в українському інформаційному просторі. Також важливим є формат розповіді історій та їхнє аудіовізуальне наповнення. Поєднання звичайних історій українців, які повернулися до України разом із їхніми досягненнями може стати хорошим стимулом для інших емігрантів. А створення циклу мультимедійних історій допоможе аудиторії по-іншому оцінити позитивні та негативні сторони еміграції до інших країн.

Творча лабораторія створення циклу мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину»

Всі історії циклу «Повернення на Батьківщину» мають інформаційний привід чи актуалізацію, також короту передісторію про героїв та про те, чим вони займаються зараз. Основна концепція циклу – показати історії українців, які навчалися за кордоном, мали змогу там залишитися та карєрні, але все ж вирішили повернутися до України. Тобто, це історії не про людей, які заснували мільйонні компанії чи зробили світові відкриття, а про тих, хто ледь не щодня покидає Україну з надією колись повернутися. Три історії про те, що не завжди можливість заможнішого життя за кордоном, аніж в Україні, змушує скласти руки та чекати на кращі часи. Герої у мультимедійних історіях проходять через низку труднощів, конфліктних ситуацій та знаходять своє покликання у межах власної країни. У численних дослідженнях психологів написано про те, що люди читають історії, де дії персонажів спонукають читачів до певних дій. Бо аудиторія ототожнює себе із героями чи їхніми антигоністами. Тому варто шукати історії, які переплітаються із типовими людськими проблемами чи життєвими викликами.

Саме тому цикл мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину» не тільки показує проблему міграції, а й торкається важливих аспектів життя молодих спеціалістів та проблем вибору, які виникають після закінчення університету чи в Україні, чи за кордоном.

У текстовій частині матеріалів я розповідаю історію конкретної людини, яка за збігом певних обставин чи власного вибору переїхала на навчання закордон та після закінчення навчального закладу повинна була обирати – залишатися там або ж повертатися до України. Також у трьох мультимедійних історіях є однотипні розділи про навчання та роботу в Україні, чому вирішили переїхати, відмінності між нашою системою освіти та закордонною, про Майдан та зміни в країні, перспективи і плани на майбутнє.

За даними Статистичного дослідницького інституту мозку, час фокусу уваги у людини складає 8,25 секунди [36]. Тобто, час на зацікавлення матеріалом трохи більший за вісім секунд. За цей час читач прогорне вниз сторінку, прочитає заголовок та лід, перегляне фотографії і заставку відео. Якщо за цей відрізок текст не зацікавив користувача, то він залишить цю веб-сторінку. Саме тому у всіх історіях циклу «Повернення на Батьківщину» у заголовках є інтрига та короткий анонс про кого ця історія, також текст розбитий на підрубрики, доповнений цікавими фотографіями та відео.

Даг Мазел, кінопродюсер та оператор, радить попередньо поспілкуватися із героєм, аби визначити його дикцію та наскільки легко він вміє доносити власні думки. Також він дає деякі поради журналістам, які окрім запису історії ще знімають відеоінтерв'ю. Я скористався такими важливими правилами:

- Не забувайте про звук. Інтерв'ю варто записувати у тихому місці. Без зайвих шумів. Камеру варто розмістити близько від об'єкта, щоб вбудований у камеру мікрофон зміг записати звук якнайкраще.
- Ставлячи питання співрозмовнику, треба просити його повторити питання в його відповіді.
- На фоні не повинен бути безлад. Якщо людський мозок може ізолювати об'єкт зйомки, то камера навпаки - фіксує все.
- Додаткові кадри. Якщо це можливо, буде краще зняти ще на відео предмети, людей та місця, про які каже співрозмовник.
- Для стійкості та стабілізації зображення необхідно використовувати штатив [6].

Загалом, ознайомившись із теорією, я розпочав роботу над практичної частиною мого проекту .

Перша мультимедійна історія «Навчалася у трьох закордонних вишах і повернулася в Україну робити стартап. Історія донеччанки Анни Чациної» про дівчину, яка здобула грант на навчання у трьох європейських університетах. Йдеться про екологію Анну Чацину, яка обрала свою професію через погану

екологію у рідному Донецьку та зараз створює стартап з очищення стічних вод морськими водорослями. Дівчина навчалася у Франції, Португалії та Англії, але найкраще відчуває себе вдома, незважаючи на інший рівень оплати праці, ментальність та культуру. Це історія з внутрішніми хвилюваннями героїні та нерозумінням військових дій у Донецькій області, це описано також те, що повернення до України – це перспективніше рішення, ніж робота у Європі, де кожна людина є деталю великого механізму.

Розвиток історії теж присутній в матеріалі, адже все починається із студентки Національного авіаційного університету, яка має мрію стати крутим професіоналом, а закінчується – власним стартапом, екологічним винаходом та заснуванням екологічної громадської організації. Однією з основних тез у тексті є фраза Анни Чащиної: «Ми багато жаліємося, але чимало речей у нас працює набагато краще, аніж в інших країнах ЄС». Тобто, вона наголошує на тому, що українцям варто перестати сподіватися на диво та звинувачувати у всьому владу, а почати робити щось конкретне. Закінчується матеріал тим, як героїня розповідає про те, якою побачила Україну після повернення.

Позитивними сторонами цього матеріалу є те, що він доповнений фотографіями та відеовставкою, також текст структурований на частини підзаголовками. Цей матеріал зібрав найбільше поширень серед інших історій циклу «Повернення на Батьківщину» у Facebook – понад 350 та більше 100 коментарів. Також важливо додати, що цей матеріал SMM-спеціалісти Радіо Свобода поставили на платну рекламу для популяризації власного акаунту. Недоліками є те, що мені не вдалося зняти відео винаходу для очищення стічних вод, тобто не вистачає унаочнення роботи цього засобу. Загалом, Анна Чащина дуже легко комунікувала при інтерв'юванні, не боялась незручних запитань та надіслала всі необхідні матеріали для уточнення деяких фактів із життєвої біографії.

У другій мультимедійній історії «Переселенка із Донецька розповіла про досвід роботи за кордоном і повернення до України» також є усі складові, про які

пишуть медіадослідники. Зокрема, це - дія, бекграунд, розвиток історії, кульмінація та закінчення. Тут історія більш емоційна, адже героїня Альона Каравай розповідає, як з дитиною на руках була змушена покидати захоплений бойовиками Донецьк та рухатись далі. У межах одного мультимедійного тексту, завдяки поєднанню фотографій та відео читач може ознайомитися із різними періодами життя теперішньої громадської активістки та менеджерки. Тут героїня розкрита глибше саме через постійні хвилювання щодо ситуації у рідній домівці та загальній нестабільності у країні. Також Альона зачіпає важливі теми необхідності подвійного громадянства для українців, або ж аналогу програми «Карта поляка» для тих, хто має паспорт іншої країни, але є українцем за походженням.

Під час інтерв'ю героїня розповіла дуже багато цінної інформації, але заради однієї чіткою структури циклу довелося залишити тільки ключові питання. Також чимало додаткових фактів було сказано не для запису, а для мого розуміння і ставлення активісти щодо деяких політичних явищ чи процесів в Україні. Тут також висвітлені відмінності між українськими роботодавцями та німецькими, що варто побороти нашій бюрократичній системі та як запобігти відтоку інтелектуального капіталу з країни.

При підготовці до цього інтерв'ю довелося перечитати інформацію щодо захоплення сепаратистами Донецька та Краматорська, аби не зробити помилки при написанні історії. Деякі озвучені факти також перевіряв у інших джерелах, аби скласти точнішу картину певних подій.

Незначним недоліком матеріалу також вважаю, що тут більше показано життєві перепони, аніж професійні.

У третій мультимедійній історії «Після Майдану українці в Японії почали визнавати свою національність – Павло Котенко» мова йде про українця, що навчався у Токіо та згодом повернувся до України набиратись досвіду та пробувати відкривати власну справу. Хлопець за роки навчання в університеті встиг ще стати громадським активістом, організував Парад вишиванок у Токіо, згодом мітинги під

посольством України під час українського Майдану та навіть зустрічі діаспори. Ключовою фразою завершального матеріалу циклу є «вдома я ефективніший та маю можливість для маневру». Саме такої ж думки дотримуються і інші герої циклу «Повернення на Батьківщину», бо вбачають в Україні можливість не тільки власного розвитку, а й впливу на процеси, що відбуваються зараз в країні.

Інтерв'ю з Павлом Котенко було одним із найважчих інтерв'ю циклу, бо герой на всі запитання відповідав шаблонно та не цікаво. Також через те, що запис відбувався на відеокамеру, Павлу було важко через хвилювання формулювати думки. Це часто стає проблемою у журналістів, коли герой не може ввійти у довіру або ж є не «телеформатним».

Йому було важко говорити, наприклад, про відмінності між Україною та Японією, бо через тривале проживання у Токіо для нього незвичні речі стали буденністю. А так як матеріал орієнтований на молодь та людей, яким цікаво дізнатися про різні історії успіху пересічних українців, то без цих деталей було важко сформулювати цілісний матеріал. Ще проблемою стало те, що я не зміг показати героя у відео за якимось заняттям чи в русі. Це б додало мультимедійній історії ще більшої динаміки та яскравіших кадрів.

Ключова складність циклу полягала в тому, що герої часто уникали запитань про особисте життя чи не розповідали реальних причин деяких дій. Також двоє із трьох героїв розказали багато цікавої інформації не для запису та публікації. Фінал кожної історії завершується планами героїв на майбутнє, що зможуть запропонувати країні та яких змін вони очікують від нової влади. Загалом, цикл мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину» відповідає одному із завдань – показати аудиторії, що в Україні існує і позитивна міграція, коли люди повертаються із закордону назад, на Батьківщину. Цей цикл повинен стати путівником для тих, хто хоче здобути європейську освіту, але вкладати набуті знання у розвиток української держави.

ВИСНОВКИ

Мультимедійний сторітелінг — це мистецтво не тільки розповідати історії, а й наповнювати їх аудіо-візуальними елементами. Кожен рік приносить свої зміни у цей конвергентний жанр, адже технології розвиваються та надають ще більше можливостей для журналістів. Незважаючи на те, що сучасні українські журналісти частіше вдаються до написання коротких інформаційних матеріалів, мультимедійний сторітелінг поступово набирає популярність. Якщо раніше його створенням займалися виключно всеукраїнські редакції з величезними бюджетами, то зараз завдяки популяризації різних платформ цей жанр стає доступним навіть для локальних ЗМІ. Таку стрімку популярність дослідники пояснюють ще швидшим розвитком Інтернет-технологій та наявністю смартфонів у кожного другого жителя світу. Тобто, епоха я-медіа вже наступила і продовжує впроваджуватися у всі сфери життєдіяльності людей.

Також дедалі частіше створенням таких матеріалів займається не цілий відділ журналістів чи ціла редакція, а тільки один універсальний журналіст. У зв'язку із залученням тільки однієї особи у професійних колах іноді виникають дискусії наскільки якісно це може зробити людина з універсальними навичками. Бо, наприклад, у газеті New York Times є цілий мультимедійний відділ фахівців, де обов'язки кожного чітко розподілені. Такої ж думки у медіакорпорації BBC, де вважають за потрібне делегувати конкретні справи тільки фахівцям. Вони мотивують це тим, що не може людина, яка добре фотографує, ще й чудово знімати відео та писати тексти. Саме тому над мультимедійними проектами BBC завжди працює команда з трьох та більше людей.

В Україні найчастіше цим форматом послуговуються такі онлайн-видання як «Новое время», «Заборона», «The Ukrainians», «Українська правда. Життя», «Радіо Свобода», «Platfor.ma», «ТСН.UA» та «Liga.Net». Вони доповнюють текст повноекранними фотографіями, інтерактивною інфорграфікою, відео та формами з опитуваннями чи голосуваннями.

Центральним предметом у мультимедійному сторітелінгу є герої, їхні проблеми та історії, що актуальні у цей момент. Фотографії, відео, аудіо чи інші виражальні елементи стають допоміжними засобами для осмислення певних частин матеріалу. Такі особливості й вирізняють мультимедійний сторітелінг від матеріалів інших жанрів. Проте, медіафахівці застерігають від надмірного використання допоміжних та підсилюючих засобів, адже між ними може загубитися основний посыл та нехтування основними стандартами журналістики. Бо змінюється суспільство й трансформується навколо цього процес сприйняття дійсності. Відповідно й журналістика повинна реагувати на ці зміни, щоб постійно бути потрібною та відповідати запитам аудиторії.

При створенні циклу мультимедійних історій «Повернення на Батьківщину» – з-поміж мультимедійних засобів я використав фотографії та відео. Ці засоби збагачення матеріалу зовсім не унікальні, однак найефективніші та найлегше сприймаються аудиторією. Проаналізувавши власні матеріали, прийшов до висновку, що основний акцент слід робити саме на внутрішніх переживаннях героїв, мотивації та амбіціях, які їх рухають вперед. З критичної точки зору, матеріалам не вистачає більш динамічніших відео.

У матеріалах йдеться про людей, які отримавши європейський диплом, вирішили повернутися до України та створити тут власну справу чи соціальні проекти. Це серія не героїчних історій, а про звичайних пересічних людей, які вирішили змінити матеріальні блага на інтелектуальний вклад у розвиток своєї країни. Основна ідея проекту – показати, що крім щоденних сюжетів та новин про еміграцію з України є чимало прикладів і повернення назад на Батьківщину.

Наприклад, перша історія з циклу «Навчалася у трьох закордонних вишах і повернулася в Україну робити стартап. Історія донеччанки Анни Чащиної» розповідає нам про те, як дитячі мрії стати екологом стають реальністю. Героїня покидає рідне місто Донецьк у пошуках кращої освіти, згодом опиняється у Франції, Португалії та Англії, отримує диплом і повертається до України. Тут вона

створює власну екологічну організацію, згодом робить винахід для очищення стічних вод та реалізовує свої професійні цілі.

Історія «Переселенка із Донецька розповіла про досвід роботи за кордоном і повернення до України» розповідає про Альону Каравай, яка мала спокійне життя громадської активістки в Донецьку, яке зруйнував конфлікт на Сході. Це захоплююча та моментами страшна історія про покидання з дитиною рідного міста у пошуках кращого життя в Німеччині. Зараз вона співзасновниця декількох соціальних проєктів, серед яких є громадський ресторан Urban Space 500 у Києві.

Третій матеріал «Після Майдану українці в Японії почали визнавати свою національність – Павло Котенко» розповідає про те, як український студент у Японії заснував Марш вишиванок і зараз працює в міжнародних інвестиційних компаніях.

Назва циклу «Повернення на Батьківщину», окрім мотиваційного посилу, дає ще практичний досвід та цікаві кейси вчинків у найрізноманітніших ситуаціях. Незважаючи на погрішності у матеріалах, вони знайшли свою аудиторію. Доказом цьому є десятки тисяч переглядів на сайті Радіо Свобода, сотні поширень на сторінці Facebook, коментарі та вподобання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеева О. Ральф Кендльбахер: «Журналист майбутнього – це менеджер тем» [Електронний ресурс] / Олександра Агеева. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/web/online_media/ralf_kendlbakher_zhurnalist_maybutnogo_tse_menedzher_tem/.
2. Булаева М. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат / М. Булаева. – Томск: ТГУ, 2015. – 121 с. – (Журналистский ежегодник).
3. Василик Л. Підручник з крос-медіа / Л. Василик, М. Гузун, І. Нарчіс Крец. – Bonn: Schiller Publishing House, 2015. – 138 с.
4. Вовк А. Сторителлинг в журналистике: сравнительный анализ российских и зарубежных медиа / А. Вовк. // Санкт-Петербург. – 2017. – С. 79.
5. Качкаева А. Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / А. Г. Качкаева. – Москва, 2010. – 200 с.
6. Мазелл Д. Девять советов о том, как качественно снять интервью [Електронний ресурс] / Даг Мазелл. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://ijnet.org/en/story/nine-tips-journalists-shooting-video-interviews>.
7. Матс В. Матс Вікман: Сторітелінг — це як складання конструктора [Електронний ресурс] / Вікман Матс. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/how_to/mats_vikman_storiteling_tse_yak_skladannya_konstruktora/.
8. Мультимедийная журналистика / [С. А. Шомова, Е. Г. Лапина-Кратасюк, А. Г. Каякаева та ін.], – Москва: ВШЭ, 2017. – 413 с.
9. Приймаченко А. Що таке "мультимедійна історія"? [Електронний ресурс] / Андрій Приймаченко // Передова – Режим доступу до ресурсу: <http://www.peredova.com/base/multimedia/>.
10. Про нас [Електронний ресурс] // ШоТам – Режим доступу до ресурсу: <https://shotam.info/pro-nas/>.

11. Симакова И. Мультимедийная история и её особенности / И. Симакова, С. Панюкова. – Ч: Челябинск, 2017. – 108 с.
12. Скільки українців поїхало за кордон і що державі з цим робити [Електронний ресурс] / І.Піонтківська, Д. Яблоновський, О. Гаманюк, А. Васильєва // ЦЕК. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Migration-note.pdf>.
13. У пошуках кращого життя з України щохвилини їде двоє людей [Електронний ресурс] / – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrainianpeopleleaks.com/>.
14. About Positive News [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.positive.news/about/>.
15. And now for the good news: why the media are taking a positive outlook [Електронний ресурс] // The Guardian. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/world/2016/aug/01/and-now-for-good-news-why-media-taking-positive-outlook>.
16. Bech Sillesen L. Good news is good business, but not a cure-all for journalism [Електронний ресурс] / Lene Bech Sillesen. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: https://archives.cjr.org/behind_the_news/good_news_is_good_business_but.php.
17. Bryan A. The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media / Alexander Bryan. – Westport: Praeger, 2011. – 275 с.
18. Bull A. Multimedia Journalism: A Practical Guide / Andy Bull. – New York: Routledge, 2010. – 491 с.
19. Constructive Journalism [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://constructiveinstitute.org/Constructive-Journalism.67.aspx>.
20. Deuze M. What is Multimedia Journalism? / Mark Deuze. // Journalism Studies. – 2004. – No5. – С. 139–150.

- 21.Elements of good multimedia storytelling [Электронный ресурс] / ICFJ. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://ijnet.org/en/story/elements-good-multimedia-storytelling>.
- 22.Elements of good multimedia storytelling [Электронный ресурс] // ICFJ. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://ijnet.org/en/story/elements-good-multimedia-storytelling>.
- 23.First residence permits issued in the EU Member States remain above 3 million in 2017 [Электронный ресурс] // eurostat. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9333446/3-25102018-AP-EN.pdf/3fa5fa53-e076-4a5f-8bb5-a8075f639167>.
- 24.Gitner S. Multimedia Storytelling for Digital Communications in a Multiplatform World /Seth Gitner., 2015. – 430 с. – (1).
- 25.Heather M. 5 Components of GREAT Story Telling [Электронный ресурс] / McGowan Heather. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <http://sounding-board.net/5-components-of-great-story-telling>.
- 26.Hernandez M. Empowering Students Through Multimedia Storytelling [Электронный ресурс] / Michael Hernandez. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.edutopia.org/blog/empowering-students-through-multimedia-storytelling-michael-hernandez>.
- 27.Hefferon K. Positive Psychology Theory, Research and Applications / K. Hefferon, I. Boniwell. – Berkshire: Open University Press, 2011. – 290 с.
- 28.Kobie V. Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Techniques in Snow Fall / Kobie van Krieken Kobie., 2018. – 14 с.
- 29.Kobre K. Videojournalism: Multimedia Storytelling / Kenneth Kobre. – Abingdon: Routledge, 2012. – 272 с.
- 30.Kolodzy J. Practicing Convergence Journalism / Janet Kolodzy. – Abingdon: Routledge. – 216 с.

31. Kulchitskaya D. Multimedia longread stories as a new format for online journalism: "Snowfall" projects and other experiments with content / Kulchitskaya. // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. – 2015. – С. 200–226
32. Linh Tu D. Feature and Narrative Storytelling for Multimedia Journalists / Duy Linh Tu. – Abingdon: Routledge, 2015. – 264 с.
33. Memarian O. An Introduction to Multimedia Reporting [Электронный ресурс] / Omid Memarian. – 2017. – Режим доступа до ресурсу:
<http://omidmemarian.com/journalism/an-introduction-to-multimedia-reporting-and-the-future-of-journalism/>
34. Murden D. 5 ideas for sports stories with Shorthand [Электронный ресурс] / Dawn Murden // Shorthand. – 2018. – Режим доступа до ресурсу:
<https://thecraft.shorthand.com/5-ideas-for-sports-stories-with-shorthand/>.
35. Ryan M. Narration in Various Media [Электронный ресурс] / Marie-Laure Ryan. – 2012. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/53.html>.
36. Statistic B. Attention Span Statistics [Электронный ресурс] / Brain Statistic. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.statisticbrain.com/attention-span-statistics/>.
37. Wallace S. The complexities of convergence: Multiskilled journalists working in BBC regional multimedia newsrooms / Sue Wallace // the International Communication Gazette / Sue Wallace. – Bournemouth University, UK: Sage. – С. 99–117.
38. Weintraub D. 7 Basics of Multimedia Storytelling [Электронный ресурс] / David Weintraub. – 2018. – Режим доступа до ресурсу:
<https://www.ideagrove.com/blog/seven-storytelling-basics>.

06 Червень 2019, Київ 15:29

СУСПІЛЬСТВО

18 Квітень 2019, 19:54

Василь Арович

Навчалася у трьох закордонних вишах і повернулася в Україну робити стартап. Історія донеччанки Анни Чащиної

ПОДІЛИТИСЬ



Дивитись коментарі

Друк



Facebook Anna Chashina (Courtesy Image)

Навчалася у трьох закордонних вишах і повернулася в Україну робити стартап. Історія донеччанки Анни Чащиної

Польща, Німеччина, Чехія та Франція – саме ці європейські країни для отримання вищої освіти найчастіше обирають українські студенти. Загалом, за даними аналітичного центру CEDOS, у 2016-2017 роках за кордоном навчалися майже 78 тисяч наших громадян. Найбільше студентів у Польщі – 33 000, але тільки 6% з них планують приїхати назад. Радіо Свобода поговорило з Анною Чащиною, яка після навчання у трьох закордонних університетах повернулася в Україну, щоб заснувати власний стартап.

Анна Чащина народилася та виросла у Донецьку. Після закінчення школи разом із батьками переїхала на навчання до Києва, а згодом пройшла відбір на магістерську програму Erasmus Mundus та переїхала до Франції.



Анна Чащина в Парижі

Про вибір професії

–У дитинстві батьки вранці залишали відчиненою квартиру, і до нашого повернення вона покривалась товстим шаром пилу. Вже тоді я почала замислюватися над тим, чим насправді я дихаю та що падає з повітря на мою шкіру. Бо коли живеш в місті та ніколи не виїжджаєш, то навіть не помічаєш

НА ЦЮ Ж ТЕМУ

«Ми всі – соборні»: 23-я субота протестів «жовтих жилетів»

ЗВЕРНИ УВАГУ



Парубій: заборона стріляти є шляхом до капітуляції

Луценко: торгівля з ОРДЛО буде криміналом

«Народний фронт» заявляє, що надає Конституційному суду докази існування коаліції в Раді

СЕРГІЙ ГРАБОВСЬКИЙ
Про «референдум за мир», логіку «95 кварталів» та досвід Гітлера і Лукашенка

ТАРАС МАРУСІК
«Зелені чоловічки» і президент Зеленський відкрили мовний фронт»

В ІНШИХ ЗМІ

загрузка...

замислюватися над тим, чим насправді я дихаю та що падає з повітря на мою шкіру. Бо коли живеш у місті та нікуди не виїжджаєш, то навіть не помічаєш жахливого екологічного стану.

загрузка...

Ми з родиною їздили відпочивати на озера у Щурово, і як поверталися звідти, то була різка зміна запаху й повітря. Тоді це був перший сигнал для мене, що щось йде не так. Коли вже настав час обирати університет, я зрозуміла, що у моєму місті мені стає тісно. Тому я вирішила переїжджати до Києва і вступити до університету на військову журналістику.

Пам'ятаю, я ще тоді захоплювалася репортажами з гарячих точок **Андрія Цаплійенка** та **Костянтина Стогнія**.

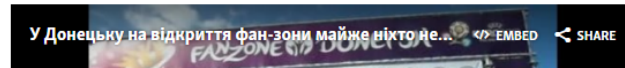
Проте, ця ідея зовсім не сподобалася моїм батькам. Вони вирішили переїхати зі мною до столиці, щоб я обрала іншу професію. Мама з татом буквально ходили зі мною за руку по приймальних комісіях, щоб я раптом не подала документи на те, що мені тоді здавалося цікавим.

Вони мріяли, щоб їхня старша донька стала економістом, але я вирішила стати екологом.

“ Своїм знанням англійської та французької завдячую школі №115 у Донецьку

У Києві я навчалася чотири роки у державному університеті на бюджетній формі з англійською мовою викладання. Своїм знанням англійської та французької завдячую школі №115 у Донецьку. Це школа із спеціалізованим вивченням іноземних мов.

Також паралельно із заняттями в університеті я підпрацьовувала організатором масових заходів, зокрема, на відкритті «Донбас-Арени» та «Євро-2012» у Донецьку.



Це був фантастичний час, місто було переповнене людьми різних національностей та країн, і нічим не відрізнялося від європейських.

Про навчання за кордоном

За чотири роки навчання в Україні до нас жодного разу не приходили екологи з приватних підприємств чи державних структур. У мене не було поняття, що і як робити на практиці, але я інтуїтивно відчувала, щодесь все зовсім по-іншому. Тому на останньому курсі я почала шукати стипендії для навчання на магістратурі за кордоном і знайшла Erasmus Mundus.

Це програма уряду ЄС, яка дає можливість студентам із різних країн навчатися у чотирьох різних університетах, по одному академічному семестру у різних країнах. До всіх іспитів підготувалася сама, і в університеті ніхто не знав про це до мого від'їзду.

У Франції я навчалася в **університеті Пуатьє**, у Великобританії - в **університеті Східної Англії**, і в Португалії - у **Коймбрському університеті**. Також я повинна була навчатися у Німеччині, але мені не сподобалася програма курсу, і я обрала знову Францію. Звісно, дуже важко порівняти рівень навчання з українським.

“ В київському університеті у нас не було технічної бази та лабораторій, а хімічні реакції ми малювали й фантазували у голові

В київському університеті у нас не було технічної бази та лабораторій, а хімічні реакції ми малювали й фантазували у голові.

А в цих університетах, окрім хорошого матеріального забезпечення, була ще зацікавленість викладачів у реальних знаннях студентів. Тут намагалися комунікувати з нами на рівних, і ми завжди працювали на результат та практичні знання.

Про порівняння західної освіти з українськими реаліями

Вже з перших днів навчання до нас приходили люди із індустрії, які могли максимально точно пояснити те, що ми вивчаємо, як ці знання використати на практиці.

Мені, людині із України, було дико усвідомити, що на дослідження популяції птахів виділяють гроші, і за це ще й платять науковцям. У школі всі хімічні експерименти робили виключно у нашій уяві: змішайте у думках це, і уявіть,

Мені, людині із України, було дико усвідомити, що на дослідження популяції птахів виділяють гроші, і за це ще й платять науковцям. У школі всі хімічні експерименти робили виключно у нашій уязі: змішайте у думках це, і уявіть, що з того вийде.

У трьох університетах, де я навчалася, до всіх моїх одногрупників ставилися вимогливо та із зацікавленням, тому ніхто навіть не думав байдкувати на парах.



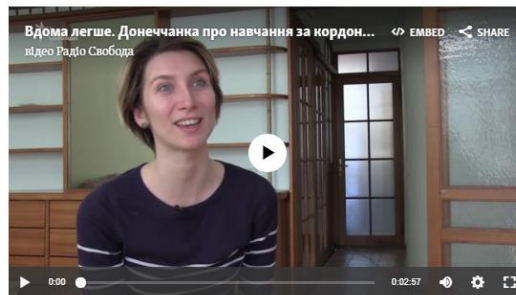
Анна Чащина на врученні дипломів Вручення дипломів в університеті Пуатьє, Франція

В Україні треба перейти від формальностей та старої теорії до практики та мотивації студентів.

Як людина, яка зараз працює та живе тут, у Києві, та бере студентів на стажування, я розумію, що за останні роки нічого не змінилося. Викладачі і далі продовжують існувати самі по собі, а вмотивовані студенти намагаються шукати можливостей, якщо не тут, то у Європі.

шукати можливостей, якщо не тут, то у Європі.

І це треба терміново змінювати, бо після успішної адаптації там мало хто хоче повертатися назад. Вина тут не тільки у старих методах навчання, але й у наших роботодавцях. Вони відкидають молодих спеціалістів без досвіду замість того, щоб допомогти та чомусь навчити.



Про захоплення Донецька

У 2013 році мама продала нашу квартиру, хоча тато за неї тримався до останнього. Коли почалося захоплення адміністративних будівель у Донецьку, моя родина вже декілька років як жила у Києві, а я навчалася останній семестр у Франції. Мені здавалося, що СБУ дуже швидко вирішить той конфлікт.

“ Я мала дивні відчуття емігранта, який повинен бути вдома, а він не вдома

Найемоційніший спогад – кадри сутичок активістів із правоохоронцями на Майдані, які показували на повторі у студентській їдальні. Це був шок.

В університеті до мене як до українки з'явилося багато запитань, але до цього мало хто знав, де знаходиться Україна на карті.

Я мала дивні відчуття емігранта, який повинен бути вдома, а він не вдома і здалека спостерігає за подіями.

Найлегше вдавалося говорити про події у рідному Донецьку зі знайомими з післяреволюційних країн — Боснії, Сербії та Косова. Вони казали, що не придуть до мене у гості, бо мають погані дитячі спогади.

Зараз дуже важливо морально не втратити жителів Донецька. Востаннє я там була у далекому 2013 році. Потім ми переїхали, але я ще продовжувала спілкуватися зі своєю однокласницею по телефону. Наші розмови припинилися, коли ми зрозуміли, що нас прослуховують.

Я дуже сумую за місцем, де народилася, із радістю туди б з'їздила, але поки це ще небезпечно. Одночасно я боюсь, що те, що я там побачу, не співпадатиме із тим, що пам'ятаю із дитинства.



Літак «Мрія» у Донецькому аеропорту, Донецьк, 26 липня 2011 року

Повернення на Батьківщину

У Франції мені було важко знайти роботу, незважаючи на добре знання мови та французький диплом. Там я як маленька гайка великого механізму, а в Україні вага мого впливу набагато сильніша. Десь на рівні підсвідомості я зрозуміла, що тут все готове, а вдома – ще ні.

Так, вдома жити важко і важче, ніж за кордоном. Важко, коли ти рік живеш у київському будинку і щодня вітаєшся із своїми сусідами, а вони вважають тебе неадекватною. Це дуже сильно б'є по мізках та світосприйняттю. Складається враження, що тут усі всім незадоволені.

Але все ж я вирішила знову повернутися до України, але не в Донецьк, а у Київ.

Через деякий час після приїзду я заснувала власну компанію EcognizeMe, яка надає екологічні послуги для бізнесу. Зараз у нашій команді вже четверо людей, і ми також працюємо над розробкою приладу, який очищатиме стічні води водоростями. Ми шукаємо приватних інвесторів, бо на державні структури надії немає. Незалежно, чи крутий та потрібний цей проект, чи ні. Тому поки для нормального ведення бізнесу і активного розвитку нам не вистачає грошей.



Анна Чащинова

Інший погляд на країну

У всьому світі люди платять податки, але тільки в Україні це перетворюється на велику драму.

Мені дуже важко боротися щодня із відсутністю культури у людей.

Ми багато жаліємось, але чимало речей у нас працює набагато краще, аніж у інших країнах ЄС.

Коли розповіла колегам із Хорватії, що у нас відкритий реєстр оцінки впливу на довкілля, то вони не могли повірити, бо у них це закрито інформація.

Всі борються з корупцією, але у інших країнах вона по-різному прихована. В Україні вона відкрита, і це плюс.



06 Червень 2019, Київ 15:44

СУСПІЛЬСТВО

04 Травень 2019, 23:58

Василь Арович

Переселенка із Донецька розповіла про досвід роботи за кордоном і повернення до України

ПОДІЛИТИСЬ



Дивитись коментарі

Друк



Альона Каравай з донькою

Переселенка із Донецька розповіла про досвід роботи за кордоном і повернення до України

share

П'ять років тому, у травні 2014 року, Альона Каравай з дитиною вимушено виїхала з Донецька. Зрозумівши, що надії на швидке закінчення конфлікту немає, вона переїхала на роботу та навчання до Німеччини. Вже через три з половиною роки вона повернулася до України та стала співзасновницею громадського ресторану Urban Space 500 у Києві. Радіо Свобода поговорило з переселенкою про те, як громадські активісти покидали Донецьк, чому спрацювала ідея соціального підприємництва в Україні та що варто побороти українській бюрократії.

Ми зустрічаємося у ресторані Urban Space 500 у Києві. Тут досить гамірно та багато відвідувачів. Героїня спускається до мене з другого поверху, там розташований офіс ГО «Інша освіта», де вона є також співголовою наглядової ради.

Про вибір професії

Я навчалася у Донецькому національному університеті на факультеті романно-германської філології. Зараз важко сказати, чи це було виважене рішення, бо мені було 16 і я не дуже розуміла, що означатиме ця спеціалізація у майбутньому. Паралельно із навчанням я займалася аматорськими театрами і театральними фестивалями, що загалом дало мені більше, ніж саме навчання у виші.

Однак, якби не університет, все склалося б зовсім інакше. Ще під час навчання я часто їздила по різних студентських програмах та проектах за кордон, і зокрема до Німеччини. Згодом закінчила тут і магістратуру, а потім почала викладати в технічному університеті, і паралельно працювати у фонді «Ізоляція» в Донецьку.

Про Донецьк

Місто було різне, не завжди воно приймало з першого разу. Тут потрібно було показувати, хто ти є, і що ти можеш зробити. Вже у 2008-2009 роках тут

ЗВЕРНИ УВАГУ



Парубій: заборона стріляти є шляхом до капітуляції



Луценко: торгівля з ОРДЛО буде криміналом



«Народний фронт» заявляє, що надав Конституційному суду докази існування коаліції в Раді



СЕРГІЙ ГРАБОВСЬКИЙ
Про «референдум за мир», логіку «95 кварталу» та досвід Гітлера і Лукашенка



ТАРАС МАРУСІК
«Зелені чоловічки» і президент Зеленський відкрили мовний фронт»

В ІНШИХ ЗМІ

Про Донецьк

Місто було різне, не завжди воно приймало з першого разу. Тут потрібно було показувати, хто ти є, і що ти можеш зробити. Вже у 2008-2009 роках тут з'явилася багато громадських ініціатив, зокрема, «Ізба-Читальня», активісти з кожним роком все легше комунікували між собою. Донецьк важко порівняти з будь-яким іншим містом. Він інший, простий, зокрема в архітектурному плануванні та в плані людей. Там я завжди розуміла, хто мій друг, а хто ні. Тому що люди дуже прямі та не будуть приховувати, якщо ти їм не подобаєшся. В жодному з міст, у яких мені згодом довелося жити, я такого не зустрічала, але іноді сумую за тою ж прямою. Донецьк мені був схожий на Wild West, бо там чимало речей ставали можливими.

В ІНШИХ ЗМІ

загрузка...



Альона Каравай у 2012 році у Криму в Судаку під час презентації проекту «Тролейбус громадської активності»

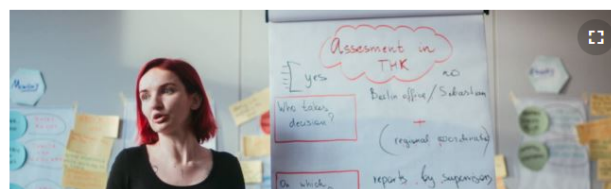
Про досвід роботи за кордоном

Під час перших поїздок за кордон у мене не було культурного шоку. Бо мені було цікавіше навчитися не побутовій, а робочій культурі. Наприклад, що конкретно розуміється під продуктивністю в одній країні та іншій. Ще працюючи у різних організаціях у Донецьку, у мене з'явилася можливість перейти працювати до Берліна.

Тут я працювала у міжнародній організації MitOst проектною менеджеркою три з половиною роки. Коли вирішила повернутися до України, розуміла, що отримала величезний багаж знань, який можна впевнено застосувати вдома. Я приїхала до Донецька та продовжила роботу у фонді «Ізоляція».

Про другу вищу освіту у Європі

Під час роботи у Німеччині вирішила здобути ще одну освіту та подала документи до Технічного університету Кайзерслаутерна на спеціальність «Організаційний розвиток». Мені здається, що на курсі зі 100 людей я була єдиною мігранткою та не німкенюю. До німецьких вишів не складно вступити, потрібно добре знати англійську, а краще й німецьку. Тут є низка магістерських програм для людей, які працюють та вже мають одну магістерську – berufsbegleitend або «супроводжуючу професію». Семінари та лекції проходили на вихідних, також багато інформації отримували через інтернет. Згодом успішно склали іспити, а магістерську роботу досі дописую віддалено з України.



Про вимушений переїзд із Донецька

Востаннє в Донецьку я була 11 травня 2014 року, тоді з донькою вивезла на автомобілі все, що змогла – документи з офісу та власні речі з орендованої квартири. Під час виїзду з міста я дізналася, що на блокпостах фільтрують тих, кого можна випускати, а кого ні. Нас, громадських активістів, першочергово занесли у списки на заборону виїзду. Тому я була змушена виїхати через Костянтинівку. Перетнувши блокпост, ми поїхали до родичів у Запоріжжя, там ціле літо жили з надією, що через місяць-два все закінчиться. Але сюрпризу не сталося, і увесь серпень я пересувалася по сході України та вивозила наші організації, а вже у вересні знову переїхала до Берліна.

Вдруге після повернення із Німеччини мені вже не було куди повертатися – бо Донецьк був захоплений, тому я переїхала до Івано-Франківська. Там є відчуття дому та затишку, яке важко пояснити.



У ролі спікера на конференції TedX у Івано-Франківську, 2017 рік



Досі пам'ятаю захоплення міліцейського відділку в Краматорську, який розташований десь за 500 метрів від моєї школи. Там були групи організованих людей, в уніфікованому спецодязі, без шевронів та розпізнавальних елементів. Було дуже страшно. Бо одна справа – коли ти бачиш протести на вулиці, а інша – коли ти приєднуєшся до цих процесів.

У 2004 та 2013 роках я була на Майдані і пам'ятаю, що відбувалося зокрема під час Помаранчевої революції в Донецьку. Тоді ми з друзями брали участь в помаранчевих демонстраціях і нас просто зносила анти-демонстрація... Щодо війни, то мені здається, що люди тоді і навіть зараз бояться сказати вголос, що так, там були і є російські військові.



13 березня 2014 року, площа Леніна в Донецьку



Читайте також: [Донець, который сопротивлялся](#)

Ідея створення Urban Space 500

У 2015 році ми разом із компанією MitOst організували фестиваль в Івано-Франківську. Там я вперше дізналася про ресторан Urban Space 100, яким опікується ГО «Тепле Місто». Ідея Urban Space мене зацікавила як кейс успішної самоорганізації та системи, яка може працювати автономно. У чому сенс? Певна кількість людей з різних сфер та різних вікових категорій інвестують по одній тисячі доларів у гривневою еквіваленті у бізнес, прибутки з якого далі йдуть на фінансування соціальних проєктів. Тоді я задумалась, чи це одиничний франківський успіх зі щасливим збігом обставин, або все ж таки успішна бізнес-модель соціального бізнесу. Згодом разом із ГО «Простір 500» почали шукати команду та інвесторів для запуску франшизи у Києві, але вже у п'ять разів разів масштабнішої – зі стартовим капіталом у 500 тисяч доларів.

Одним з найважчих моментів якраз були пошуки 500 інвесторів, цей етап зайняв найбільше часу та сил. Однак, нам і це вдалося, інвесторами стали люди різних професій – лікарі, вчителі, програмісти та різних вікових категорій – від 19 до 78 років.

Ресторан ми відкрили 19 грудня минулого року, а працювати над ним почали ще у 2016 році. Зараз тут працюють волонтери, які керуються цією системою, професійна команда менеджерів, яка отримує зарплатню, та робочий персонал.

80 відсотків чистого прибутку фінансуємо на проєкти розвитку Києва, а залишок – 20 відсотків – отримує як винагороду управлінська компанія «DRUZI Cafe & Bar» за те, що займається цим проєктом. Цього року також плануємо запустити грантову програму для підтримки проєктів. Тобто, система Urban Space приносить виграш усім.

Україна vs Німеччина

Німеччина – це країна, яка добре розуміється на систематизації процесів та бюрократизації. Але тут все вміють робити так, щоб зайвий раз не ускладнювати життя людей. Ще є партиципація – тобто тут співробітники долучені до рішень керівництва. Що ж в Україні? У нас проблема з початковим етапом – як побудувати структуру та запустити зрозумілі процедури. Бо працівників часто закидують у спонтанні рішення, або ж заганяють у рамки, в яких важко рухатися вільним проєктним менеджерам.



Альона Каравай під час навчання та роботи у Берліні

Про зміни після 2014 року

“ Українська система поки не готова до нових креативних проєктів.

Розвиток таких проєктів був можливий і до Майдану. У нашому менталітеті є особливість чекати до останнього, поки нас хтось не кльоне. І ось ці 2013-2014 роки були для багатьох моментом

Про зміни після 2014 року

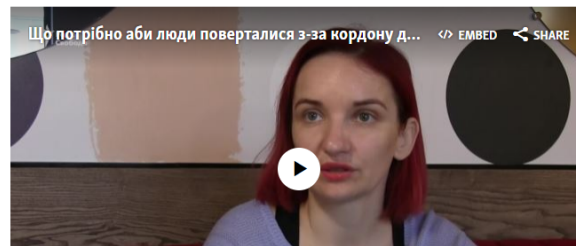
“ Українська система поки не готова до нових креативних проєктів, бюрократія впадає у ступор

Розвиток таких проєктів був можливий і до Майдану. У нашому менталітеті є особливість чекати до останнього, поки нас хтось не кляне. І ось ці 2013-2014 роки були для багатьох моментом розуміння – зараз або ніколи. Ця криза в Україні стимулювала щось робити, можливо з такою мотивацією і було запущено Urban Space 500.

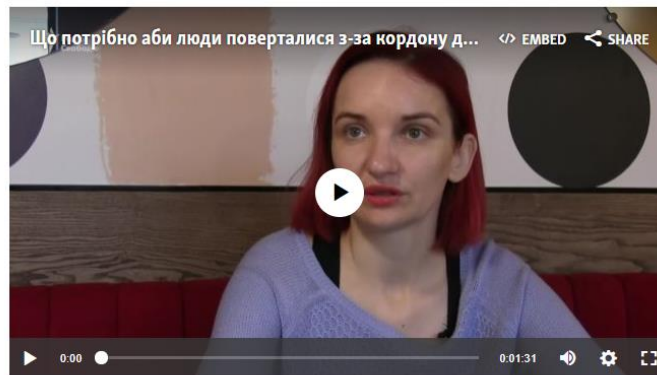
Українська система поки не готова до нових креативних проєктів. Бо якщо зробити крок лівіше, ніж зазвичай, то бюрократія впадає у ступор. Формальна та законодавча модель поки взагалі не готова до подібних проєктів. Цей проєкт йде всупереч їй, бо у нас немає юридичної форми для соціального підприємництва в Україні. Те, що ми тут робимо, було б зрозуміло в одній юридичній формі у Німеччині, а тут воно поки не так працює.

Майбутнє в Україні

Я планую залишатися в Україні. Але також вважаю, що кожна людина може їхати туди, де їй зручно та комфортно. Тим паче, у сучасному світі людина повинна подорожувати та бути мобільною заради здобуття нових знань та вміння.



повинна подорожувати та бути мобільною заради здобуття нових знань та вміння.



↓ ЗАВАНТАЖИТИ ↓

Дуже важливою є ідея, яка виникла ще з часів президентства Віктора Ющенка про створення паспорта українця для українців, які набули громадянства іншої країни. У мене є чимало друзів, які отримали німецьке громадянство та міцно пов'язані із Україною, але ні на що тут не можуть впливати. Також є ті, що отримали німецьке громадянство, але повернувшись до України та спробувавши тут офіційно працевлаштуватись, мусять отримати дозвіл на роботу. А це займає у кращому випадку декілька місяців бюрократичної тяганини. Тобто, розрекламовані гасла на кшталт «повертайтеся з-за кордону додому», розбиваються об камені нашої бюрократичної системи. Ми самі закриваємо можливість українцям повернутися додому та будувати країну з новим досвідом.

Після Майдану українці в Японії почали визнавати свою національність – Павло Котенко

ПОДІЛИТИСЬ



🗨️ Дивитись коментарі

🖨️ Друк



Pavlo Kotenko (Courtesy Photo)

Павло Котенко

Після Майдану українці в Японії почали визнавати свою національність – Павло Котенко

share

Щороку у травні сотні українців у Токіо організують парад вишиванок. Одним із тих, хто був співорганізатором першого заходу, є Павло Котенко. Він у 2009 році пройшов конкурсний відбір на програму навчання у Токійському аграрному університеті та переїхав до Японії. Згодом повернувся до України, працював у Посольстві Японії у Києві, а зараз – у японській аграрній інвестиційній компанії. Радіо Свобода поспілкувалося із Павлом про японську освіту, Євромайдан у Токіо та розпитало, що варто змінити в українському аграрному секторі.

«Батьки завжди мріяли, щоб я навчався у за кордоном», – розповідає Павло Котенко. Окрім омріяного навчання за кордоном, у 2017 році він також пройшов на програму уряду Японії «Ship for World Youth» (Корабель молодих лідерів світу) та відправився у місячну мандрівку Тихим океаном.

Про навчання у Токіо

– Я навчався у Токіо 6 років, туди поїхав по програмі обміну від Національного університету біоресурсів і природокористування України. Іспити складав англійською та японською. Найбільшим поштовхом до вивчення японської було те, що я був єдиним іноземцем у групі з 15 японців. Всі комунікували між собою, і мені не хотілося бути поза системою. Тому почав готувати японською мовою матеріали на заняття, багато спілкувався із викладачами та не боявся говорити навіть неграмотно. У моєму університеті також мав змогу спілкуватися українською, там вчилася до 10 українців щороку. Українська та японська мови дуже різні, починаючи від написання до побудови речення і присвійних прикметників.



НА ЦЮ Ж ТЕМУ



Канадські міністри одягли вишиванки



День вишиванки в Києві – фото

ЗВЕРНИ УВАГУ



Парубій: заборона стріляти є шляхом до капітуляції



Луценко: торгівля з ОРДЛО буде криміналом



«Народний фронт» заявляє, що надав Конституційному суду докази існування коаліції в Раді

Україна vs. Японія

– У японській системі освіти є мінімальний бал, який потрібно отримати для успішного захисту дисциплін. Тут добре видно, хто зацікавлений у навчанні, а хто тут просто заради диплому. Ставлення викладачів до студентів скоріше дружнє, ніж ділове. Також є практика, коли студенти святкують Новий рік зі своїми наставниками, у нас в Україні не було такої відкритості. Лекції та семінари відвідувати обов'язково, тут є картки відвідуваності, дані з яких потім заносять у комп'ютерну систему. Японці гордяться та радіють, коли дізнаються, що іноземці обирають саме їхню країну для здобуття вищої освіти. Тут цінують та зберігають традиції, і паралельно вивчають новітні технології.

Євромайдан

– Я вже навчався у Токіо, коли починався Євромайдан в Україні. Тоді великі обсяги інформації на новинних телеканалах не давали зрозуміти, що насправді відбувається вдома.

У мене були дуже змішані почуття. Пам'ятаю, як громади українців із США та Японії доєдналися до збору коштів на дизельні генератори. Згодом була низка акцій у Токіо заради притягнення міжнародної спільноти до подій, які відбувалися вдома та тому, що їм передувало. У лютому 2014 року, коли вбили Сергія Нігояна, біля посольства України в Японії була проведена перша панахида за вбитим активістом. Дипломатів у посольстві вже не було або ще не було, тільки культурний аташе, секретар та охоронці. Після цих трагічних подій українська спільнота у Токіо більше активізувалася, багато українців почали ідентифікувати себе саме українцями.



Після Майдану українці в Японії почали визнавати свою національність – Павло Котенко



Українці проти диктатури та державного терору, м. Токіо, січень 2014 року

З розвитком подій на Майдані я зрозумів, що зміни, заради яких люди вийшли на протест, необхідні, і хотілося взяти участь також у цих змінах і тут, за кордоном. Я був співзасновником Майдану в Японії, ми створили його для того, щоб інформувати тут людей про все, що відбувається у рідній державі. На жаль, тоді основна інформація у місцевих ЗМІ трансливалася через призму російського сприйняття. І я впевнений, що наші старання не були марними.

Під час перебування у Токіо я не очікував анексії Криму, збройного конфлікту на Донбасі. Думав, що повалення того режиму відбудеться більш мирно та безболісно. Ті конфлікти, що є досі, нікого не радують, але ми пройшли той етап початку змін у країні.

Також наприкінці травня кожного року у Токіо відбувається парад вишиванок. У 2014 році я був співорганізатором параду, і нам потрібно було отримати дозвіл від поліції. Коли з другом прийшли до поліцейського відділку, то відчували там тиск і щось схоже на допит. А роком раніше, у 2013 році, всі необхідні дозволи нам надали без проблем та зайвих запитань.



| Вибір країни для майбутнього

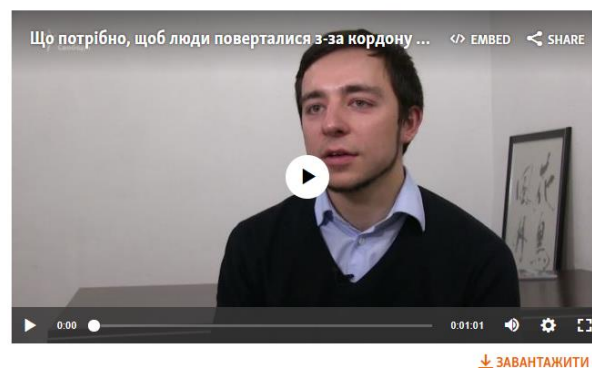
– В Японії під час навчання ще з третього курсу бакалаврату студенти починають ходити на різні стажування у компанії, які їм подобаються. Я мав можливість залишитися, але вже під час навчання на магістратурі розумів, що хочу повернутися до України. Вдома я ефективніший та маю можливість для маневру. Але, порівнюючи з Україною, у Японії студенту після випуску роботу знайти набагато легше. Бо там готують до роботи ще з перших курсів навчання на бакалавраті, а в Україні ніби постійно відтягується цей важливий момент. І про реальну роботу згадують вже після випуску з магістратури.

У Токіо на вулицях немає смітників. Сміття можна викинути біля магазину в урну, або все ж принести додому. Жителі не закидають владі, що вулиці брудні, бо немає смітників по вулицях, так, як це буває в Україні. У Японії ідеальна чистота. У закладах харчування чітко дотримуються правила «клієнт завжди правий». Навіть якщо клієнт не правий, вони зроблять вигляд, що все розуміють і задовільнять примху відвідувача.

| Зміни після 2014 року

– Найбільші зміни відчуваю у спрощенні державних послуг та легшій комунікації з владою. Наприклад, подання податкової звітності, чи подача документів до фіскальної служби, довідки та реєстрації на подачу певних документів онлайн. Це дуже круто. Але зараз українським аграріям простіше продати, аніж переробити сировину на продукт на місці. При тому, що зі сторони держави є програми пільгового кредитування при купівлі сільськогосподарської техніки українського виробництва. Державі потрібно зменшити податкове навантаження на підприємства, які інвестують у переробні заводи. Тому у перспективі більше підприємств вийде з тіні та збільшаться податкові надходження до держбюджету країни. Також підтримую зняття мораторію на продаж землі, який зараз продовжили до 1 січня 2020 року. Бо якщо у нас відкриють ринок землі, то в Україні зникне чимало схем рейдерських захоплень та з'являться нові можливості для аграріїв. Досі на законодавчому рівні не усунена низка бюрократичних перепон під час укладання угод між агропідприємствами та інвесторами. Можливо, легше було б якось домовитись і оминати ці проблеми, але це не наша історія.

Я навіть не думав залишатися у Токіо, бо знаю, що вдома буду ефективніший. Хоча чимало друзів з України знайшли тут роботу та другу половинку. Після повернення додому я працював у агро-компанії на Хмельниччині, потім у посольстві Японії в Україні, а зараз – в японській інвестиційній компанії, яка вкладає гроші в аграрний сектор України.



Я хочу продовжити жити та працювати в Україні. Тут є багато сфер та можливостей для реалізації, бо у майбутньому мрію про власну справу.