

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Сумський державний університет  
Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій  
Кафедра журналістики та філології

«До захисту допущено»  
Завідувач кафедри  
Володимир Садівничий  
червня 2023р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
зі спеціальності 061 Журналістика  
освітньо-професійної програми Журналістика  
на тему:  
**«Соціальний медіапроект: авторська добірка»**  
**«Social media project: author's selection»**

Здобувачів групи: ЖТ-91 Федосєєвої Яни Юрїївни  
Снігир Інні Анатолїївни

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.  
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання  
на відповідне джерело.

Керівник: ст. викладач Раїса Стоян  
Співкерівник: директор ТОВ «Телерадіокомпанія «Відікон» (м.Суми)  
Наталія Братушка

## АНОТАЦІЯ

Федосєєва Я. Ю., Снігир І. А. Соціальний медіапроект: авторська добірка: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр; спец.: 061–журналістика/ Федосєєва Я. Ю., Снігир І.А; керівник Р.С. Стоян, співкерівник Н.А. Братушка. – Суми : СумДУ, 2023. – 33 с.

Виготовлений медіапроект «Історії волонтерів та лідерів соціальної сфери» у рамках шостого проекту «Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ 2022» покликаний сприяти сталості важливих суспільних процесів, зокрема, щодо благочинності, підтримки соціальної сфери, допомоги Збройним силам України та незахищеним верствам населення, пропагувати волонтерську діяльність, щоденну копітку працю представників різних громадських організацій, рухів, активістів та органів місцевого самоврядування задля солідарності, єднання у боротьбі із повномасштабною агресією РФ в Україні.

Проект розрахований на соціальні мережі, зокрема, на платформу YouTube, акаунти Facebook, як найбільш масові, доступні платформи. Першочергово відеоматеріали були розповсюджені на YouTube-каналах: «Соціальна робота в СумДУ» та «Кафедра Журналістики СумДУ». Загалом опубліковано п'ять сюжетів у форматі «кепшн-відео» та один авторський репортаж з церемонії нагородження героїв-волонтерів. Загальний хронометраж відзнятих відео становить 19 хвилин.

**Ключові слова:** соціальний медіапроект, кепшн-відео, медіа, зйомка, соціалізація, творчий проект, волонтерство.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА</b>	
1. Обґрунтування творчого проєкту .....	5
1.2. Опис спеціалізованих задач та проблем, які вирішуються у кваліфікаційній роботі.....	7
1.3. Особливості виробництва формату, зйомок, монтажу .....	8
<b>2. Специфікація виконаної роботи</b>	
2.1. Авторська ідея.....	10
2.2. Інформаційний привід.....	12
2.3. Цільова аудиторія.....	13
2.4. Прогнозовані результати втілення / сфери застосування.....	14
<b>II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ (ПРОЄКТ)</b> .....	16
<b>Висновки</b> .....	29
<b>Список використаних джерел</b> .....	31
<b>Додатки</b> .....	32

## ВСТУП

**Актуальність.** Виготовлений медіапроект «Історії волонтерів та лідерів соціальної сфери» у рамках «Соціального О.С.К.А.Р.у СумДУ 2022» – покликаний сприяти сталості важливих суспільних процесів, зокрема, щодо благочинності, підтримки соціальної сфери, допомоги Збройним силам України та незахищеним верствам населення, пропагувати волонтерську діяльність, щоденну копітку працю представників різних громадських організацій, рухів, активістів та органів місцевого самоврядування задля солідарності й єднання у боротьбі із повномасштабною агресією РФ в Україні.

**Завдання проєкту.** Презентація широкому загалу успішного досвіду, підтримка й популяризація ініціатив лідерів соціальної сфери, громадських активістів, засновників волонтерського руху, задля впровадження державних програм, надання гуманітарної допомоги найвразливішим категоріям населення під час повномасштабної російської агресії в Україні.

**Авторський задум інформаційного проєкту.** Виробництво п'яти відеоісторій для соціальних мереж у форматі «кепшн-відео», героями яких є громадські активісти, волонтери, лідери соціальної сфери – номінанти й переможці щорічного проєкту «Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ 2022».

**Структура бакалаврської роботи.** Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, 2 розділів, висновку, додатків та бібліографічного списку.

# **I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

## **1. Обґрунтування творчого проєкту**

2 лютого 2023 року на базі Сумського державного університету відбулася шоста церемонія вручення нагороди «Соціального О.С.К.А.Р. у СумДУ 2022». Цьогоріч експерти працювали у надзвичайно непередбачуваних умовах повномасштабного воєнного вторгнення РФ в Україну. Це те, що відрізняє подію від попередніх, однак жодним чином не нівелює її значення. Незважаючи на повітряні тривоги і всі ризики воєнного часу, творчій групі вдалося відзняти необхідний матеріал на різних локаціях м.Суми й гідно представити героїв широкому загалу під час нагородження.

Сумчани, котрі отримали відзнаки за 2022 рік, стали головними героями дивовижних історій нашого медіапроєкту. Внесок цих яскравих, харизматичних, дійсно, справжніх лідерів у наближення перемоги просто безцінний. Попри небезпеку, від першого дня війни наші герої не залишалися осторонь, допомагали, інколи буквально рятували тих, хто цього потребував. Серед них:

- Ксенія Гриник і Олег Резнік – співголови Першого Сумського гуманітарного штабу. Загальна кількість жителів Сумщини, які з початку війни отримали їх підтримку та допомогу – 350 000 осіб.
- Андрій Мішенін – засновник Першого Сумського гуманітарного велоштабу, який, незважаючи на важкі зимові умови, разом із командою однодумців здійснив доставку близько чотирьох тисяч гуманітарних наборів самотнім пенсіонерам, людям із інвалідністю та самотнім у найвіддаленіші райони Сум.
- Інна Галіченко – директорка комунальної установи «Берегиня», котра разом із працівниками центру докладає неймовірних зусиль, аби зарадити знедоленим, самотнім людям. Наша героїня залучає спонсорів, щоб влаштувати благодійні обіди, забезпечити людей одягом та взуттям, допомагає відновити документи та найважливіше – сприяє соціалізації підопічних.

- Оксана Уманська – власниця мережі закладів громадського харчування «Рідне місто». Від початку війни координувала зусилля багатьох небайдужих людей, і щодня її команда готувала понад півтори тисячі обідів для тих, хто опинився у скруті.
- Владислав Михайличенко, Андрій Сельський – засновники Telegram-каналу «SUMYLIKE TG» . Під час російської агресії разом зі своєю аудиторією зібрали для потреб оборони близько десяти мільйонів гривень, придбали теплий одяг, взуття, прилади, інші необхідні речі для наших захисників.

Тож ці особистості – не тільки герої нашого проєкту, але й герої сьогодення, про яких вкрай важливо, необхідно доносити правду!

## **1.2. Опис спеціалізованих задач та проблем, які вирішуються у кваліфікаційній роботі**

У надскладних умовах війни соціальні проєкти мають величезне значення. Бо ж, йдеться про суспільно корисну волонтерську діяльність. Інколи, щоб мотивувати на блогочинність, спонукати до дій, варто знайти гарний взірєць, успішний досвід когось або чогось як саме треба діяти. Соціальні проєкти – ефективний поштовх, натхнення й здобуття віри у власні сили, у Перемогу нашої країни з жорстоким підступним ворогом. Вони об'єднують та гуртують суспільство у цей надзвичайно складний час.

З іншого боку, подібні проєкти є дуже гарним стимулом, мотивацією й для самих героїв. Коли ти робиш щось і бачиш віддачу, то з'являється бажання не зупинятися на досягнутому. «Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ» – це дійсно визнання. Звісно, коли твої зусилля гідно відзначено, то це мотивує на подальші звершення.

Важливо було також повною мірою розкрити визначний соціальний внесок наших героїв. Для цього заздалегідь формувався сценарний план, індивідуально для кожного, адже історії успіху у всіх різні. У цьому випадку

влучність та точність запитань має вирішальне значення, адже в інший спосіб змістовної відповіді, необхідного фактажу, а також емоцій просто не отримати. І, зрештою, повноцінний довершений образ героя буде неможливим.

Отже, головне завдання полягало також і в тому, щоб, попри вагомі здобутки наших героїв, розкрити їх вдачу, чесноти, погляди на життя. Саме це ми і намагалися зробити під час зйомок. Було нелегко, адже «кепшн-відео» (формат, який ми обрали), передбачає відсутність авторського закадрового коментаря і потрібно було будувати розповідь винятково відеостилістичними засобами: виразністю відеоряду, монтажем, драматургічною побудовою твору. Вважаємо, що, пори все, впоралися із завданням. Доказом тому є чисельність переглядів на YouTube-каналі «Соціальна робота в СумДУ».

### **1.3 Особливості виробництва формату, зйомок, монтажу**

Портретні відеосюжети ми вирішили подавати у жанрі доволі популярного нині кепшн-відео. З-поміж інших, цей тип відрізняється тим, що він спрямований саме для соціальних мереж. Таких як: YouTube та, в особливості, Facebook, Instagram. Текстова частина фактажу подається титрами. Експресії розповіді додають музичне оформлення, інтершуми, лайфи, люфти, синхрони героїв, інші композиційні елементи. Продукт комфортний для перегляду як на великих екранах електронних медіа, так і на смартфонах. Формат відеовиробництва має низку переваг. Ось ключові:

- відео зручно дивитися без звуку, вони можуть передати глядачеві максимум інформації за короткий час: одну або кілька хвилин. Субтитри значно спрощують перегляд відео, допомагають людям легко взаємодіяти з контентом;
- титри утримують увагу аудиторії, про що свідчить той факт, що відео із субтитрами мають більше переглядів. Це не тільки

допоможе донести повідомлення, але також підвищить ефективність вашого контенту в пошукових системах;

- короткі кадри, точно підібрані слова, лаконічні рядки тексту, в які треба вкладено все, що журналіст хоче донести аудиторії.

Попрацювавши з даним форматом, ми виокремили низку особливостей та порад, які будуть корисними під час роботи:

- яскраві персонажі, цікава історія, актуальна проблематика, якісний відеоряд та легкість у сприйманні – якщо ці умови дотримані, то ролик запам'ятається надовго;
- важливо, щоб у відео був присутній коментар героя. Варто привернути увагу і створити кульмінацію з ключових елементів. У кадрі обов'язково має бути людина;
- якщо відео не буде корисним і не матиме емоційного впливу, то його просто не додивляться до кінця;
- щоб заохотити глядачів до перегляду, варто розміщувати найцікавіші кадри та підписи на початку. Потім діалог кожного персонажа слід подати текстом, а заголовок, який рухає історію, написати іншим шрифтом, експериментуючи з кольором і розміром;
- до відеоряду можна додати музичний супровід. Правильно підібрана мелодія може викликати більше емоцій, ніж сюжет, створений за телевізійними нормами.

Технології розвиваються, і журналісти шукають нові інструменти, аби розповідати свої історії доступно та легко. Тож, найбільш доцільним форматом відеоконтенту для соціальних мереж наразі є відео з титрами. Це справді ефективний та зручний спосіб донесення інформації, який дедалі більше набирає популярності серед аудиторій соціальних мереж.

## **2. Специфікація виконаної роботи**

### **2.1. Авторська ідея**



Під час російської агресії вкрай важливо для нас всіх мати мотивацію та приклади для наслідування. Саме медіа, з огляду на завдання та місію, мають продукувати історії українців. Знімати репортажі, інтерв'ю, прямоетерні діалоги (спілкування з аудиторією наживо), різноманітний контент, який буде надихати, давати сили, вселяти віру задля наближення перемоги. Надзвичайно велику роль відіграє волонтерський рух, який значно поживавився під час війни. Волонтери збирають мільйони коштів для закупівлі техніки, машин, приладів, харчів, медикаментів тощо. Хтось із активістів готує обіди для знедолених, незаможних городян, а хтось вирушає до притулку бездомних тварин чи влаштовує концерт просто неба, аби підтримати нас у ці важкі часи. «Тримаймо стрій!» – ці неймовірні харизматичні особистості надихають, мотивують рівнятися на них, брати приклад. Саме тому, соціальна тематика як ніколи є актуальною. Незахищених та внутрішньо переміщених осіб з початком повномасштабного вторгнення стає все більше. Про них необхідно говорити, адже хто їм допоможе, окрім нас? У складних життєвих обставинах опинилися багато українців, які потребують соціальних послуг, притулків та медичного догляду.

На сьогодні у місті Суми є соціальна організація спрямована саме для допомоги таким людям. Це «Сумський міський територіальний центр соціального обслуговування (надання соціальних послуг) «Берегиня»». Центр ні на мить не припиняв своєї діяльності у період війни. Ми поспілкувалися з директоркою закладу та її підопічними і впевнилися, що цим людям справді там добре. Багато з них раніше ночували просто на вулиці, але зараз у них є усі умови для життя і головне – дах над головою. Кожен тиждень їх оглядає медсестра, вони мають змогу їсти нормальну їжу. І це все завдяки пані Інні Галіченко (директорка закладу). Хіба про таких людей не варто говорити і пишатися ними? Ми думаємо, що це справжній приклад для наслідування, а таких прикладів, окрім цього, ще чотири.

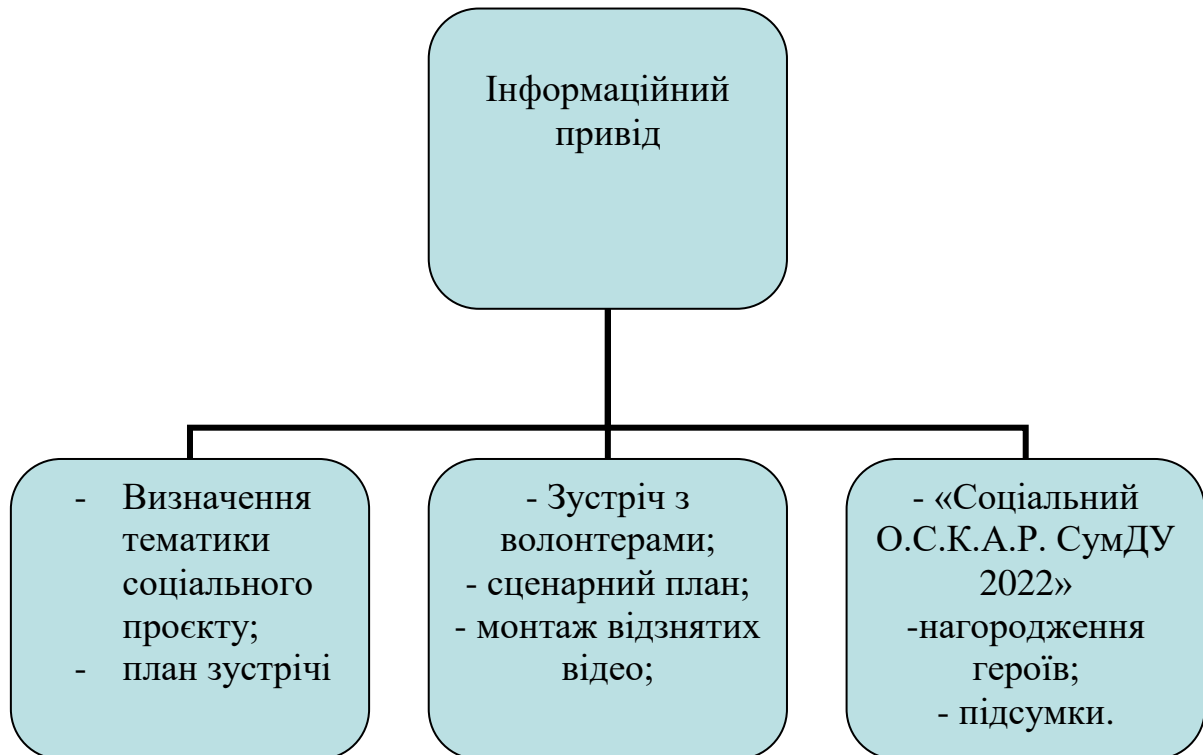
Тисячі українців приєдналися до волонтерського руху. Багато хто допомагає фінансово, хтось морально, інші пішли у гуманітарні штаби. Про всіх одразу розповісти нереально, але хоча б про найяскравіших особистостей, гадаємо, варто. Волонтером може стати кожен громадянин, який прагне допомогти та зробити внесок у перемогу України.

Для зйомок нашого проєкту ми обрали формат «кепшн-відео». Він чудово підійде для соціальних мереж. Саме це і робить його унікальним та цікавим, адже соцмережі зараз на піку популярності, їх переглядають постійно. Такі відео зручно дивитися без звуку, але за хвилину можна донести максимум інформації глядачеві.

Виробництво відеоконтенту відбувалося на базі навчальної телестудії студTV «11 поверх». Оператор, монтажер– студент 3 курсу спеціальності «Журналістика» Мирослав Деревянко.

## 2.2. Інформаційний привід

Інформаційний привід – це подія, яка за своєю важливістю або незвичністю може привернути увагу читачів і стати предметом суспільного обговорення.



У нашому випадку інформаційним приводом є щорічний, вже традиційний, проєкт кафедри психології, політології та соціокультурних технологій «Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ 2022», до якого ми також долучилися. Наш соціальний проєкт «Історії волонтерів та лідерів соціальної сфери» має важливе значення не лише для Сумського державного університету, а й громади Сум, привертає увагу і стає також приводом для обговорення. Він дозволив познайомитись з унікальними особистостями, побувати на зустрічах та дізнатись чимало нового про діяльність волонтерів та громадських активістів. Крім цього, проєкт – неймовірний досвід комунікації з людьми. Це навички, які вкрай необхідні для успішної журналістської діяльності у майбутньому.

## **2.3. Цільова аудиторія**

Соціальні медіапроекти повинні стосуватися тем, які є актуальними для аудиторії і відповідають вимогам та інтересам громадськості.

Цільові аудиторії визначаються з точки зору тих показників, даних, які поділяють людей на групи. Зазвичай, за статтю, віком, доходом, освітою, місцем проживання, родом занять тощо.

У нашому випадку, цільова аудиторія доволі розлога, адже тема актуальна для людей будь-якого віку та соціального статусу:

- *молоді люди та студенти віком 18-29 років, які займаються волонтерством з метою допомогти в такий складний час незахищеним особам та покращити становище свого міста та держави;*
- *люди віком від 30 до 55 років: бізнесмени, чиновники, волонтери, підприємці та громадяни України, які займаються суспільно корисною діяльністю, благодичністю, влаштовують акції задля підтримки громадян.*
- *пенсіонери 55-70 років, а також внутрішньо переміщені особи, люди з інвалідністю, незахищені верстви населення, які мають можливість побачити діяльність волонтерів, громадських організацій, бізнесменів, які роблять добру справу та допомагають їм у складний для України час.*

Частина глядачів, які переглянули наш соціальний медіапроект отримали інформацію, що відповідає їхнім інтересам. Можливо, хтось знайшов для себе вихід з тієї чи іншої ситуації, а хтось отримав інформацію про пункт допомоги. Саме тому, важливим завданням є просування проекту в інформаційному просторі.

## **2.4. Прогнозовані результати втілення / сфери застосування**

Прогнозованими результатами втілення – це зворотний зв'язок від користувачів соціальних мереж, небайдужих українців:

- репости, які допомогли і продовжують допомагати нам поширювати відео та робити його популярнішим;
- лайки та коментарі – цей зв'язок дуже важливий для нас, адже дуже приємно, коли твою роботу оцінюють та обговорюють;
- відгуки, які допомогли у просуванні проекту серед аудиторії, як віртуально, так і реально.

Для нас дуже важливо отримувати такий зворотний зв'язок. По-перше, ми радіємо, що люди зацікавлені. По-друге, так ми переконалися, що сумлінно виконуючи завдання, всі разом дійсно допомагаємо співгромадянам, зрештою, одне одному бути захищеними та потрібними. І це надто важливо! Завдяки цій соціальній ініціативі багато сумчан дізналися про наших волонтерів та їх внесок у популяризацію, піднесення волонтерства на новий рівень. До прикладу, Владислав Михайленко та Андрій Сельський – засновники Telegram-каналу «SUMYLIKE TG», отримали нагороду від уряду за значний внесок у боротьбі з ворогом, а отже, у цьому є і наша заслуга.

Кожен з наших героїв отримав свою нагороду за внесок у Перемогу України. Усі пережили приємні емоції та ще раз упевнилися в тому, що їх заслуги цінують та пам'ятають.

Проект був поширений у різних соціальних мережах, але першочергово на YouTube-каналах: «Соціальна робота в СумДУ» та «Кафедра Журналістики СумДУ». Кожне відео набрало певну кількість переглядів, лайків та коментарів, що не може не тішити.

Сюжет про будиночок нічного перебування "Берегиня" – 94 перегляди та 6 лайків.

Відео про підприємцю Оксану Уманську та її мережу закладів «Рідне місто» – 749 переглядів та 19 лайків.

Відео про засновника Першого Сумського гуманітарного велоштабу Андрія Мішеніна – 106 переглядів та 8 лайків.

Сюжет про співголів Першого Сумського гуманітарного штабу Ксенію Гриник та Олега Рєзніка – 121 перегляд та 7 лайків.

Відео про засновників Телеграм-каналу «SumyLike TG» Владислава Михайленка та Андрія Сельського – 202 перегляди та 16 лайків.

Репортаж із церемонії нагородження переможців набрав 413 переглядів та 25 лайків.

## **II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ**

*Сценарний план №1*

КУ «Сумський міський територіальний центр соціального обслуговування (надання соціальних послуг) «Берегиня».

**ЗСТ (заставка)**

**«СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

**Номінація « За досягнення в реінтеграції бездомних осіб»**

**Будинок нічного перебування**

КУ «Сумський міський територіальний центр соціального обслуговування (надання соціальних послуг) «Берегиня»

*Титри:* Різні життєві шляхи, ситуації й обставини, але всіх цих людей об'єднала знедоленість. Їхня домівка наразі соціальна установа – Будинок нічного перебування.

**Синхрон. Пан Роман**

*К: 01260048 – 01:11 «...Якби не соцслужби, то бездомних людей було б дуже багато. Плюс рівень злочинності був би значно вищим, тут люди хоч якось стримують себе. Працівники «Берегині» допомагають з працевлаштуванням, якщо це можливо».*

*Титри:* З початку повномасштабної російської агресії притулок ані на мить не зупиняв своєї діяльності. А дехто з підопічних навіть допомагає теробороні.

**Синхрон. Пан Роман**

***К: 01260048 – 02:00 «... Вони приїжджають, забирають нас, потім привозять...(далі вирізати)+ 02:36 «Влітку чистили та облаштовували окопи, дошки вистеляли. Зараз на складах робота є...(далі вирізати)+ 03:05 В основному робота фізична, посильна. Хлопцям там роботи дуже багато...». 03:26***

*Титри:* Щоденно у Будинку нічного перебування близько 35 осіб. Це не лише безпритульні, одинокі, а й люди з інвалідністю.

***В\к: пан Роман спілкується з жінкою...***

*Титри:* Благодійні обіди, забезпечення одягом та взуттям, навчання, відновлення трудових, соціальних навичок – далєбі не все, чим зараджують соціальні працівники.

**Синхрон. Інна Галіченко – директорка КУ «Сумський міський територіальний центр соціального обслуговування «Берегиня»**

***К:01260050 – 00:09 «Молодь з інвалідністю спілкується з бездомними. Бездомні – з ними. Взагалі то, основна мета це соціальна адаптація, але не тільки їх до людей, але й суспільство до них. На сьогодні вони не є непотрібними. Треба розуміти, що людина потрапила в складну життєву ситуацію. Як говорять, ні від чого не зарікайтеся».***

*Титри:* Лише рік як притулок діє під дахом терцентру соціального обслуговування «Берегиня».

*Титри:* Працівники докладають неймовірних зусиль, аби підопічним нарешті поталанило. Й дуже радіють, коли хтось зустрічає свою долю.

**Синхрон. Інна Галіченко – директорка КУ «Сумський міський територіальний центр соціального обслуговування «Берегиня»**

***02:45 «...Не одного разу у нас були люди, які звідси йшли, знайшовши пару. Найяскравіша подія – це весілля. Це люди, які познайомилися, пішли звідси разом, піклуються один про одного, живуть як соціалізована пара –***

*окремо в орендованій квартирі. (далі вирізати)+ 03:41 «Головне – найскоріша Перемога. Усі її чекають». 04:00*

*В/к: промовисті кадри.*

*К. відео.*

**ЗСТ «СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

[Посилання: "Берегиня" - переможець конкурсу "Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ"](#)

*Сценарний план №2*

Перший Сумський гуманітарний штаб

**«СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

**Номінація «За розбудову соціального партнерства»**

**Перший Сумський гуманітарний штаб, співголови Ксенія Гриник та Олег Рєзнік**

*Титри:* Загальна чисельність жителів Сумщини, які отримали підтримку Першого Сумського гуманітарного штабу, – 350 000 осіб.

З початку війни надавалась допомога не лише незахищеним верствам населення, а й військовим, добровольчим формуванням, правоохоронцям.

**Синхрон. Ксенія Гриник – співголова Першого Сумського гуманітарного штабу**

*К: 0127001 – 00:10 «... Жителям міста Суми, людям, які знайшли притулок в місті Суми, тим хто мешкає на прикордонних територіях Сумської області, саме цим людям Перший Сумський гуманітарний штаб надав дуже велику підтримку під час війни: продовольчі набори, грошову допомогу, непродовольчі товари...+ 01:18 «Ми організували*



*свята, такі як: свято борщу. Нагадували українцям про те, що ми об'єдналися для того, щоб перемогти».*

*Титри:* Чи не основним здобутком, – вважають волонтери, – є те, що вдалося вийти з місцевого на обласний рівень та понад усе здобути довіру громади.

Доказом тому й підтримка міжнародних благодійних організацій таких як Всесвітня продовольча програма ООН, World Central Kitchen.

**Синхрон. Олег Рєзнік – співголова Першого Сумського гуманітарного штабу**

*К: 0127006 –01:34 «...World Central Kitchen» - американська міжнародна організація, довірила нам більше 200 мільйонів гривень на продукти харчування, які ми розфасували і роздали людям...(далі вирізати)+ 01:58 Завдяки цій міжнародній організації місто Суми забезпечене продуктовими наборами з резервом на 10 тисяч пакунків. Це резерв, який ми зможемо у будь-який момент використати». 02:10 +*

*Відеоряд. 5-6 сек.*

**Синхрон. Ксенія Гриник – співголова Першого Сумського гуманітарного штабу**

*К: 0127001–03:37 «... «World Central Kitchen» – світовий фонд, який допомагає нам продуктовими наборами протягом 7-8 місяців. + 03:57 Ми співпрацюємо з міжнародною організацією, яка має назву «МОМ». До нас поступали продукти харчування, одяг, засоби гігієни з Польщі, Германії, Швейцарії. + 04:26 Ми навіть не шукали тієї підтримки. Так склалося, що нам довірилися, а ми вже мали честь виправдовувати цю довіру». 05:09*

*Титри:* Міжнародні благодійні фонди надають допомогу, але водночас чітко зазначають категорію, верстви населення, яким вона адресується.

**Синхрон. Олег Рєзнік – співголова Першого Сумського гуманітарного штабу**

*К: 0127007 – 00:29 «До нас приїжджали перевіряючі з Офісу Президента України, дивилися як ми організували роботу, як зберігалися продукти...(далі вирізати)+ 00:58 Зараз ми зменшили видачу гуманітарної допомоги. Здебільшого надаємо її добровольчим формуванням Сумської міської територіальної громади, а також містам та селам, які постійно перебувають під обстрілами». 01:13*

*Титри:* Чисельність людей з активною життєвою позицією дедалі зростала.

Олег Рєзнік, радше як волонтер, аніж посадовець, приєднався до штабу одним із перших.

**Синхрон. Ксенія Гриник – співголова Першого Сумського гуманітарного штабу.**

*К:0127001– 02:28 «Перші тижні я навіть не знала, що він секретар міської ради... (далі вирізати)+ 03:07 Він взяв на себе чоловічу роль, більш важку. Коли ми отримували гуманітарну допомогу фурами або вагонами, то на його плечі лягло розвантаження, перевезення. У нас все ж таки була більш жіноча робота: співпраця з людьми та видача цієї допомоги...(далі вирізати)» 03:37*

*Титри:* Перший Сумський гуманітарний штаб – це близько пів тисячі сумчан, які докладають неймовірних зусиль, аби наблизити Перемогу.

**Відео. На завершення промовисті світлини!!!**

**«СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

[Посилання: Перший Сумський гуманітарний штаб - переможець конкурсу "Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ](#)

Сценарний план №3

Перший Сумський гуманітарний велоштаб.

## **ЗСТ «СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

### **Номінація «Людина з громадського сектору»**

**Андрій Мішенін, засновник Першого Сумського гуманітарного велоштабу**

*Титри:* Велоштаб – один з напрямків роботи Першого Сумського гуманітарного штабу. Волонтери-велосипедисти вантажать вже фасовані пакунки та доставляють людям, які самотійно не в змозі пересуватись.

**Синхрон. Андрій Мішенін – засновник Першого Сумського гуманітарного велоштабу, волонтер**

*К: 01270012 – 00:36 «Коли прийшла війна у наш дім, ми усі згуртувалися навколо Першого Сумського гуманітарного штабу...(далі вирізати)»+ 01:00 «Згодом ми зрозуміли, що є люди, які не можуть дійти до штабу і отримати пакунок. Була велика проблема з паливом, тому ми вирішили доставляти допомогу велотранспортом. Для цього був створений велосипедний штаб».*

*Титри:* Підопічні – переважно люди похилого віку, з інвалідністю, самотні з найвіддаленіших районів Сум.

За час своєї діяльності веловолонтери здійснили близько чотирьох тисяч доставок.

**Синхрон. Андрій Мішенін – засновник Першого Сумського гуманітарного велоштабу, волонтер**

*К: 01270012 –03:51 «Хотів би висловити подяку усім людям, які приєдналися та всім, хто допомагав, адже на той час у людях відкрилися світлі якості. Кожен намагався щось зробити, бути корисним для України...».*

**Відеоряд. 5-6 сек.**

*Титри:* Щодо допомоги, то йдеться не лише про харчові набори, а й ліки, засоби гігієни та навіть дрібні індивідуальні послуги.

**Синхрон. Андрій Мішенін – засновник Першого Сумського гуманітарного велоштабу, волонтер**

*К: 01270012 – 05:00 «Я фінансист за фахом, але все життя займаюся активною справою, організаційною діяльністю. Тому, для мене було цікаво організувати такий проєкт. Це був сплеск енергії...(далі вирізати)»*

*+ 05:34 «По-перше, це дає самоідентифікацію: для чого ти зараз тут, чому не виїхав. Кожна людина не може зробити все для держави. Кожен воює на своєму фронті. Якщо людина зробить щось окремо від себе, то це буде велике «ВСЕ» для нашої країни, для Перемоги».*

*«Окрім того, дуже багато спілкування, усмішок, знайомств, друзів, позитивних емоцій у штабі. Коли ти доставляєш якийсь пакунок, то отримуєш дуже багато вдячності: хтось піріжки виносив, хтось паски давав, шкарпетки...».*

*Титри:* Велорух на початку здобув підтримку близько сотні велосипедистів.

**Синхрон. Андрій Мішенін – засновник Першого Сумського гуманітарного велоштабу, волонтер**

*К: 01270012 – 06:38 «До нас приїжджали люди і на електробайках, і на самокатах. Знаходили нас якимось і пропонували допомогу...(далі вирізати)» + 06:58 «У нас було приблизно 10 електромобілів. Навіть на Tesla жіночка розвозила допомогу». 07:04*

*Титри:* На часі, – каже Андрій Мішенін, – сприяти розвитку гуманітарного велоруху Сумщини.

*В/к: промовисті кадри.*

**ЗСТ «СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

[Посилання: Про Андрія Мішеніна, переможця конкурсу "Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ"](#)

*Сценарний план №4*

Мережа закладів харчування «Рідне місто» (м. Суми)

**ЗСТ «СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

## **Номінація «Місцевий бізнес»**

**Мережа закладів харчування «Рідне місто» (м. Суми), підприємець  
Оксана Уманська**

*Відео.*

*В\к: Оксана Уманська біля університету; голос з/к:*

**Синхрон. Оксана Уманська – власниця мережі закладів харчування  
«Рідне місто», волонтерка**

*К: 01300001 – 00:24 «24 лютого ми вийшли на роботу, але не всі мої заклади, а лише один... Сіли з батьками, поспілкувалися та вирішили, що почнемо годувати усіх, хто цього потребує. Оскільки, було зрозуміло, що це не про гроші, а про допомогу. Згодом до нас звернулися дружини військових. Ось так усе й закрутилося...(далі вирізати)» 01:20*

*Титри:*

24 лютого для родини Уманських, як і для багатьох підприємців, постало питання: що робити з бізнесом? В умовах російської агресії не те, щоб належно, хоч якось працювати надзвичайно важко.

**Синхрон. Оксана Уманська – власниця мережі закладів харчування  
«Рідне місто», волонтерка**

*К: 01300001 –01:20 «Ініціативі посприяла мама, в першу чергу. Багато хто її відговорював, адже це великі гроші. Проте, вона зайняла чітку позицію: «Якщо в людей немає, то і в нас немає». На той час було не принципово заробляти гроші, про них не було жодної мови. Ми мали запаси зі всіх моїх закладів. Буквально напередодні 24 лютого нам привезли борошно, крупу, олію. Хоча нас попереджали західні країни про напад, але ніхто не вірив».*

*Титри:* Добрий почин знайшов підтримку у сумчан. До ініціативи Оксани Уманської та її сім'ї почали долучатися десятки людей.

**Синхрон. Оксана Уманська – власниця мережі закладів харчування  
«Рідне місто», волонтерка**

*К: 01300001 –02:15 «24-25 лютого я вела прямий ефір у соціальних мережах і закликала людей приходити до нас і харчуватися, якщо вони цього потребують. А вже на третій день війни я прийшла на роботу і побачила 70 незнайомих мені людей, які за покликом свого серця прийшли допомагати. Фізична праця відволікала від негативних думок. Ми не мали часу реагувати на погані новини».*

*Титри:*

Кожен просто робив те, до чого мав хист. Оксана Уманська професійно координувала зусилля багатьох волонтерів. Адже, уявімо, щодня волонтерам необхідно було приготувати півтори тисячі обідів!.

*В\к: світлини приготування обідів;*

**Синхрон. Оксана Уманська – власниця мережі закладів харчування «Рідне місто», волонтерка**

*К: 01300001 – 03:20 «По 1 вересня було видано більш ніж 200 тисяч обідів. До них входило: перша та друга страви, салат, хліб... Тобто, якщо розділити їжу по позиціях, то виходить понад мільйон приготованих страв...(далі вирізати)» + 04:03*

*Титри:* «Розуміння, що ти кожного дня щось робиш заради допомоги, заспокоювало, дозволяло адаптуватися до війни. Який би морок не несла війна, добра у світі значно більше» – каже волонтерка.

*В\к: О. Уманська зі студентами;*

**Синхрон. Оксана Уманська – власниця мережі закладів харчування «Рідне місто», волонтерка**

*К: 01300001 – 06:45 Це не про гроші. Це про те, щоб не сидіти вдома, щоб бути корисним оточуючим і самому собі. Під час роботи у тебе виникають ідеї, ти не перевантажуєш мозок негативом. Життя продовжується». 07:06*

*В\к: промовисті кадри;*

**ЗСТ «СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

Посилання: [Про Оксану Уманську та "Рідне місто", переможців конкурсу "Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ"](#)

*Сценарний план №5*

Засновники Telegram-каналу «SUMYLIKE TG»

**ЗСТ «СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

**Номінація «Людина з сектору ЗМІ»**

**Владислав Михайленко та Андрій Сельський – засновники Telegram - каналу SUMYLIKE TG, волонтери**

***В\к: інтерфейс Telegram -каналу SUMYLIKE TG***

*Титри:*

Telegram-канал SUMYLIKE TG – більше аніж просто паблік.

Майже 3000 відео та 7000 тисяч різноманітних фото.

А головне – майже 50 000 підписників.

Під час російської агресії волонтери разом зі своєю аудиторією зібрали для потреб оборони близько 6 мільйонів гривень.

***Синхрон. Андрій Сельський – волонтер***

***К: 01310002 – 00:41 «...Наприклад, було придбано 5 автівок, прилади нічного бачення, теплі речі, генератори, акумулятори, дрони...(далі вирізати)»+***

***01:44 «У нашій команді двоє людей, але ми маємо досить велику аудиторію. Коли потрібна допомога, то кидаємо клич і через 10 хвилин десятки, а іноді й сотні небайдужих людей приходять нам на допомогу...(далі вирізати)».***

***В\к: фото (4- 5 секунд).***

*Титри:* Завдяки почину «Зігрій бійця» вдалося придбати теплий одяг, взуття, інші речі, без яких вижити на передовій зараз просто неможливо.

***Синхрон. Владислав Михайленко – волонтер***

***К: 01310002 – 00:10 «...Було дуже багато звернень від бійців. Вони просили термобілизну, взуття та інші речі. Саме тому, ми з Андрієм***

*вирішили організувати цю акцію. Кошти збирали серед наших підписників у Telegram та Instagram- каналах...(далі вирізати)» + 00:41*

*Титри:* На пожертви користувачів соцмереж було закуплено 7 автівок, тепловізори, необхідна техніка, речі тощо.

*Синхрон. Владислав Михайленко – волонтер*

*К: 01310018 – 00:07 «За декілька тижнів до Нового року ми їздили у Бахмут до 93 бригади «Холодний яр» і відвозили автомобіль «Fiat»...(далі вирізати)» + 00:29 «Ситуація під Бахмутом дуже складна. У саме місто нас не пустили, тому що туди заборонено в'їжджати. Ми поспілкувалися з хлопцями, передали допомогу від сумчан і на цьому все...(далі вирізати)».*

*Титри:* Волонтери доправляють вантажі на лінію фронту, деокуповані території, всюди, де тримають фронт військові із Сумщини та потребують допомоги.

Це Ірпінь, Буча, Гостомель, Куп'янськ, Бахмут, інші міста, села.

*Синхрон. Андрій Сельський – волонтер*

*К: 01310018 – 00:45 «Ми їздили до міста Куп'янськ двічі у дні, коли його тільки звільнили. Передавали допомогу нашим бійцям Сумської Державної прикордонної служби. Там ситуація на той момент була дуже небезпечна. Були моменти, коли й по нас стріляли...(далі вирізати)».*

*Титри:* Андрій та Владислав звітують у своєму Telegram-каналі за кожну копійку. Адаже повна звітність, – кажуть волонтери, – це довіра наших благодійників.

*Синхрон. Владислав Михайленко – волонтер*

*К: 01310019 – 00.08 «Головне правило, що у нас йде повна звітність, постійно ми робимо фото, відеозвіти – максимально, т. сказати, намагаємось все це зафіксувати, щоб у нас були докази, що ми передали, зробили. 00.20 Скріншоти переводів, скріншоти банківських карток – всього, всього...00.24 Нам деякі пишуть, що ви, тіпа, піаритесь, але за*



*счет цього піару ми і довіру отримуємо від людей. Тому що деякі фонди є, що допомогли – фотографію зробили, що вони передали і все... А скільки воно коштує?, а що?, як? – це невідомо...(далі вирізати)».*

*Титри:* Як краще використати залишки коштів на рахунках, вирішують самі ж підписники шляхом голосування.

Серед постійних витрат й утримування автомобілів, придбаних для військових.

***Відео, фото ( 4-5 секунд).***

**Синхрон. Владислав Михайленко – волонтер**

***К: 01310003 – 00:19 «Ця війна вже багатьох змінила. Люди дуже об'єднались... Я не думав, що таке може бути, був інакшої думки до війни. Думаю, що багато всього зміниться. Чимало треба робити змін, реформ, але це вже після війни...(далі вирізати)».***

***Відео, фото.***

**ЗСТ «СОЦІАЛЬНИЙ О.С.К.А.Р. СумДУ 2022»**

***Посилання:*** [SUMYLIKE TG - переможець конкурсу "Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ](#)

### *Сценарний план №6*

Репортаж з церемонії нагородження волонтерів

**Відео.**

**Кор. з\к:** Шостий рік поспіль оголошується «Соціальний О.С.К.А.Р. СумДУ». Незважаючи на повномасштабне російське вторгнення цього річний конкурс таки відбувся. Експерти під егідою кафедри психології, політології та соціокультурних технологій назвали імена лідерів соціальної сфери. Серед переможців – Перший Сумський гуманітарний штаб, співголовами якого є Ксенія Гриник та Олег Резнік.

***Фрагмент нагородження.***

**Синхрон. Ксенія Гриник – співголова Першого Сумського гуманітарного штабу**

**К: 01320004 – 00:06** *«Оскільки ми представляємо Перший Сумський гуманітарний штаб, то це командна робота. І коли ми зараз принесемо цю відзнаку у штаб, то це піднесе бойовий, дружній, командний дух. За рік праці люди трішечки втомилися, але ця нагорода підійме їм настрій. Я так вважаю»... (далі ви різати) +*

**Синхрон. Олег Рєзнік – співголова Першого Сумського гуманітарного штабу**

**К: 01320004 – 00:38** *«Найвагомішою річчю є те, що ми створили штаб місцевий, але він переріс в обласний. Донатери довірили нас купу гуманітарної допомоги, яку ми роздали людям і яка доїхала до кожного міста й села нашої області. Люди бачать, що гуманітарна допомога дійсно є не тільки на папері». 01:06.*

**Кор. з\к:** «Янголи Сумщини» надавали й досі надають різні види допомоги: продукти харчування, ліки, кошти тощо. Загальна чисельність жителів області, які скористалися їх послугами, щонайменше – 350 000 осіб.

Водночас Андрій Мішенін керував велоштабом. Волонтери-велосипедисти доставляли благодійну допомогу тим, хто не в змозі пересуватись.

***Нагородження А. Мішеніна.***

Ні на мить не зупиняв своєї діяльності притулок для бездомних у Сумах. Дехто з підопічних навіть допомагає теробороні. Тож, саме Будинок нічного перебування «Сумського міського терцентру соціального обслуговування «Берегиня» – переможець у номінації «Соціальна установа».

***Фрагмент нагородження.***

**Синхрон. Інна Галіченко – директорка КУ «Сумський міський територіальний центр соціального обслуговування «Берегиня»**

**К: 01320003 – 01:02 «...Знаєте, визнання самого цього напрямку, він дуже складний і він взагалі по Україні складний, саме соціальна адаптація бездомних осіб, і тому саме цей рівень, ці досягнення в цей складний час, я думаю це багато чого коштує». 01.27**

**Кор. з\к: Серед цьогорічних номінантів: Оксана Уманська – власниця**

мережі закладів громадського харчування «Рідне місто». Разом з іншими волонтерами пані Оксана щоденно готувала понад півтори тисячі обідів. Загалом, уявімо, це понад мільйон страв!

**Фрагмент нагородження.**

**Кор. з\к: У номінації «Людина з сектору ЗМІ» переможцями стали**

засновники Telegram – каналу SUMYLIKE TG Владислав Михайленко та Андрій Сельський. Разом зі своїми підписниками, котрих наразі понад п'ятдесят одна тисяча, волонтери збирають мільйони для потреб військових.

**Фрагмент нагородження хлопців.**

**Кор. з\к: Засновник та організатор «Соціального О.С. К.А. Р.у СумДУ» – кафедра психології, політології та соціокультурних технологій**

**Олег Туляков –доцент СумДУ, голова Громадської ради при Сумській обласній військовій адміністрації**

**К:013200047 - 00. 09 «Подібні заходи покликані... нової оптимальної соціально-економічної моделі Сумщини». 00. 35 ( К.синхрону)**

**Лайф. Сценка зі спільним фото.**

**Ефект Стоп кадру!**

## **К. відео.**

Посилання: [Соціальний О.С.К.А.Р. 2022](#)

### **Висновки**

Соціальні медіапроекти відіграють величезну роль для суспільства. Репортажі, інтерв'ю, які будуть надихати та вселяти віру задля наближення нашої Перемоги зараз мають величезне значення. Надзвичайно важливу роль відіграє волонтерський рух. Незважаючи на повітряні тривоги і всі ризики воєнного часу, волонтери готують обіди для знедолених, незаможних громадян, хтось вирушає до притулку бездомних тварин чи влаштовує концерт просто неба, аби підтримати нас у ці важкі часи. Ці особистості надихають, дарують віру у краще та мотивують.

У медіапроекті «Історії волонтерів та лідерів соціальної сфери» ми прагнули показати ту колосальну роботу, якою займаються наші волонтери Сумщини. Люди повинні розуміти, що сьогодні суспільно корисна діяльність відіграє ключову роль, адже кожен тримає свій фронт. Волонтери жертвують своїм часом, здоров'ям, а іноді навіть життям. І все це задля наближення перемоги України, нашого спокою та віри у краще.

Для нас, як майбутніх журналістів, цей досвід був також безумовно корисним. Здебільшого ми працювали з першоджерелами. Усю потрібну інформацію отримували з перших вуст, але при потребі перевіряли за публікаціями на сайтах та сторінках авторитетних медіа. Проект став чудовою можливістю застосувати свої професійні навички не лише теоретично, але й практично. Тому, ми виокремили для себе декілька основних аспектів під час роботи з соціальними медіапроектами:

- розробка будь-якого проекту починається з ідеї. Вона має бути цікавою, актуальною, викликати емоції та стимулювати до дій;

- визначення цільової аудиторії: кому була б цікава запропонована тема? Які результати ми очікуємо отримати?
- не варто писати запитання заздалегідь, пишiть тези;
- визначте відповідний формат зйомки, щоб глядач зацікавився і додивився вашi відео до кінця;
- реагуйте на відгуки, рекомендації, зауваження та потреби аудиторії.

Крім вищезазначеного, було виконано ще багато роботи. Це зустрічі з волонтерами, написання сценарних планів, розшифровки вже відзнятих матеріалів, монтаж відео і т.д. Загалом опубліковано п'ять сюжетів у форматі «кепшн-відео» та один повноцінний авторський репортаж з церемонії нагородження наших героїв-волонтерів. Загальний хронометраж відзнятих відео – 19 хвилин.

Отже, робота з соціальними проектами дуже клопітка та потребує багато часу і сил, але отриманий результат вартий того. Наші відео переглянуло чимало людей, дехто залишив коментарі, а хтось – лайки. Найбільшу кількість переглядів, а саме 749, набрав сюжет про підприємцю Оксану Уманську та її мережу закладів «Рідне місто». Репортаж з церемонії нагородження переможців набрав менше переглядів, але 25 лайків, а це, в свою чергу, найкращий результат серед усіх інших відео.

## Список використаних джерел

1. Іванна Нарчіса Крецу – Міхаїл Гузун – Любов Василик Підручник з крос-медіа. Суми: Сумський державний університет.
2. Гаврилюк І.Л. «Телевиробництво: конспект лекцій/ І.Л. Гаврилюк. Суми: Сумський державний університет, 2012.- 36с.
3. Лісневська А., Коженівська Т., «Мистецтво телевізійного репортажу»: навч. посіб./А.Лісневська, Т.Коженівська/.ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013- 201.
4. Соцков О.В. Бібліотеки у соціальних мережах: особливості та кроки ефективного просування – 2017/ Харківська державна наукова бібліотека ім. В.Г. Короленка URL: <https://repo.knmu.edu.ua/bitstream/123456789/17793/1/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%BA%D0%BE%D0%B2.pdf>
5. Тарасенко Н. Інформаційні комунікації в середовищі соціальних мереж: аспекти стандартизації бібліотечного сегмента / Н. Тарасенко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – 2017. – Вип. 46. – С. 455–477.
6. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : навч. посіб. / за заг. ред. В. Е. Шевченко ; Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ, 2017. 234 с

## Додатки

### Додаток А



Рис. А.1 - засновники Telegram-каналу SUMYLIKE TG: Владислав Михайличенко та Андрій Сельський



Рис. А.2 - Оксана Уманська – власниця мережі закладів громадського харчування «Рідне місто»



Рис. А.3 - Ксенія Гриник і Олег Резник – співголови Першого Сумського гуманітарного штабу





Рис. А.4 - Інна Галіченко – директорка Сумського територіального центру соціального обслуговування «Берегиня»



Рис. А.5 - Андрій Мішенін – засновник Першого Сумського гуманітарного велоштабу