

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 0__ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧКИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
«БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ЦИКЛУ ВІДЕОМАТЕРІАЛІВ НА ПРАВОЗАХИСНУ
ТЕМАТИКУ «ДІТИ ВІЙНИ»

Виконавець: Денисенко Юлія Миколаївна

Керівник: канд. наук із соц. ком.

Кошак Олександр Михайлович

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

Київ – 2024

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ВІДЕОМАТЕРІАЛИ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ.....	9
1.1. Історія становлення та розвитку відеоформату в журналістських матеріалах.....	9
1.2. Основні принципи створення відеоконтенту у жанрі інтерв'ю та репортажу.....	13
1.3. Стандарти монтажу відеоматеріалів залежно від жанру: інтерв'ю, репортаж.....	20
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. БАЗОВІ ДЕФІНІЦІЇ ТА ПРАВОВА СКЛАДОВА ВИСВІТЛЕННЯ МАТЕРІАЛІВ ПРО ДІТЕЙ НА ПРАВОЗАХИСНУ ТЕМАТИКУ.....	27
2.1. Основні закони, статuti та пакти, що захищають права дитини.....	27
2.2. Правила та ризики роботи журналіста з особами, що не досягли повноліття.....	31
2.3. Особливості висвітлення дитячої тематики після 24 лютого 2022 року в українських ЗМІ.....	34
Висновки до розділу 2.....	36
РОЗДІЛ 3. СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ ДЛЯ ВЛАСНОГО ЦИКЛУ ВІДЕОМАТЕРІАЛІВ НА ПРАВОЗАХИСНУ ТЕМАТИКУ «ДІТИ ВІЙНИ».....	38
3.1. Концепція та унікальність ютуб-каналу «Діти війни».....	38
3.2. Наповнення та дизайн ютуб-каналу «Діти війни».....	39
3.3. Розміщення відеоматеріалів на правозахисну тематику «Діти війни» на платформі «Ютуб» та просування контенту.....	48
Висновки до розділу 3.....	51
ВИСНОВКИ.....	53
ДОДАТКИ.....	61

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЗСУ – Збройні сили України.

НАУ – Національний авіаційний університет.

ОБСЄ – Організація з безпеки і співробітництва в Європі.

РФ – Російська Федерація.

SEO – процес коригування HTML-коду, текстового наповнення, структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів.

ФМВ – факультет міжнародних відносин.

ІІ – штучний інтелект.

ЗТМ – 3 чорні кадри між частинами одного синхрону.

.mov – це формат комп'ютерного файлу, який використовується в платформі QuickTime.

.mp3 – формат файлу для зберігання аудіоінформації.

.mp4 – формат файлу для зберігання відеоінформації.

.mxf – формат обміну даними — контейнер для професійного зберігання і обробки відео- і аудіоматеріалів. Стандарт описаний міжнародною організацією SMPTE.

AV1 – це відкритий, безплатний формат відеокодування, створений для транслявання відео через інтернет.

AVCHD – формат запису відео високої чіткості.

CD-ROM – різновид компакт-дисків з даними, доступними тільки для читання.

CTR (click through rate) – показник, який відображає відношення кількості кліків до показів оголошення.

H.264 – розширене відеокодування, міжнародний стандарт стиснення

відеофайлів

HD – формат високої щільності запису інформації на дискети методом MFM з 15 або 18 секторами на доріжці.

JPEG – поширений формат цифрових зображень, що використовує стиснення з втратою якості.

MPEG – розширене відеокодування, формат високої щільності запису інформації.

SIF – визначений у стандарті MPEG-1 формат зберігання і передачі цифрового відео.

VP8 – відкритий відеокодек, який розвиває корпорація Google.

VP9 – відкритий royalty free стандарт стиснення відео, який розробляється корпорацією Google як сучасна заміна стандарту VP8.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що наразі, під час повномасштабного вторгнення Росії на територію України, важливо фіксувати і висвітлювати усі воєнні злочини окупантів, щоб світ знав, що таке російський терор та допомагав народу України боротися з ним. Також журналістські матеріали з викриттям звірств рашистів стануть у нагоді під час міжнародного трибуналу в Гаазі над президентом РФ Володимиром Путіним, його поплічниками та всіма тими, хто виконував їхні злочинні накази.

Сьогодні інформаційний простір переповнений свідченнями очевидців злочинів російських військ, проте, на наш погляд, ЗМІ приділяють недостатньо уваги темі дитинства під час війни. Це зумовлено тим, що матеріали за участю дітей вважаються чутливою темою і відповідальність за публікацію набагато більша. Тож створення циклу відеоматеріалів на правозахисну тематику «Діти війни» як ніколи актуальне, бо дає змогу широкому загалу подивитись на події, що відбуваються на території України під час війни очима дітей або тих, хто глибоко переживає трагедію позбавлення дітей дитинства. Відеохостинг «Ютуб» дозволяє охопити більше коло глядачів, завдяки можливості перегляду відео у стрічці без підписки на конкретний канал чи пошуку певного матеріалу.

Теоретичним аспектам створення та становлення відеоформату у ЗМІ присвячені роботи В. М. Владимірова, О. М. Холода, А. В. Яковця та ін. [2; 28; 31].

Основні принципи створення відеоконтенту розглянуті в роботах В. Й. Здоровеги, Г.І. Назаренко та ін. [24; 12].

Стандарти монтажу відеоматеріалів досліджували В. Г. Горпенко, С. І. Петренко та ін. [4; 26].

Мета дослідження – проаналізувати та розглянути характеристики, особливості, переваги і недоліки різноманітних журналістських матеріалів на

дитячу тематику під час повномасштабного вторгнення, і на основі отриманої інформації створити власний цикл відеоматеріалів на правозахисну тематику «Діти війни».

Визначена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Розглянути історію виникнення та розвитку відеоформату у ЗМІ.
2. Схарактеризувати основні принципи створення відеоконтенту у жанрі інтерв'ю та репортажу, зокрема стандарти монтажу відеоматеріалів в залежності від жанру.
3. Дослідити основні закони, статuti та пакти, що захищають права дитини, окреслити правила та ризики роботи журналіста з особами, що не досягли повноліття.
4. Проаналізувати особливості висвітлення дитячої тематики після 24 лютого 2022 року в українських ЗМІ.
5. Розробити і сформуванати власний цикл відеоматеріалів на правозахисну тематику «Діти війни» на відеохостингу «Ютуб».

Об'єкт дослідження – особливості роботи з відеоматеріалами на правозахисну тематику на відеохостингу «Ютуб».

Предмет дослідження – створення циклу відеоматеріалів на правозахисну тематику «Діти війни» на відеохостингу «Ютуб».

Методи дослідження. Основними методами, застосованими в роботі, є системний аналіз матеріалів наукової літератури та знань отриманих в ході роботи з відеохостингом «Ютуб». Порівняльно-історичний метод надає характеристику розвитку та становлення відеоформату у ЗМІ. Методи спостереження та узагальнення даних, отриманих в ході роботи з аналітикою просування контенту на відеохостингу «Ютуб». Дедуктивний метод використовується для визначення специфіки матеріалів на правозахисну тематику. Порівняльно-зіставний метод застосовується для порівняння матеріалів на тему дитинства під час війни в різних українських медіа після 24 лютого 2022 року.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у створенні циклу

відеоматеріалів на правозахисну тематику «Діти війни» на відеохостингу «Ютуб». А також у тому, що всі відео на каналі стосуються теми дитинства під час війни та висвітлюють досвід пережитий дітьми або тими, хто глибоко переймається долями дітей під час повномасштабного вторгнення РФ.

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає в тому, що результати і матеріали дослідження можуть бути використані для ефективного створення та поширення відеоматеріалів на правозахисну тематику за участі неповнолітніх на платформі «Ютуб».

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися у виступі на X Всесвітньому конгресі «Авіація в XXI столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології» (Київ, 2022), XXIII Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки» (Київ, 2023), VIII Всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій» (Київ, 2023), III Науково-методологічному семінарі «Права людини: відображення у медіапросторі» (Київ, 2023) та XXIV Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки» (Київ, 2024).

Публікації. Основні положення кваліфікаційної роботи було викладено в публікаціях:

— Денисенко Ю. М. Вплив показника CTR для показів на просування контенту на платформі «Ютуб». ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки: матеріали XXIV Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ: НАУ, 2024. С. 348.

— Денисенко Ю. М. Особлива категорія: журналістика і жертви війни // Права людини: відображення у медіапросторі: матеріали III Науково-методологічного семінару. Київ: НАУ, 2023. С. 6.2.128-6.2.131.

— Денисенко Ю. М. Мелітополь. Втрачене дитинство: жахи російської окупації // Актуальні проблеми соціальних комунікацій: матеріали VIII Всеукраїнської студентської наукової конференції. Київ: НАУ, 2023. С. 26-29.

— Денисенко Ю. М. Проблеми підлітків у сучасному світі. ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки: матеріали XXIII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ: НАУ, 2023. С. 218-220.

— Денисенко Ю. М. Слово-сполох Ганни Гайворонської // Авіація в XXI столітті – Безпека в авіації та космічні технології: матеріали X Всесвітнього конгресу. Київ: НАУ, 2022. С. 6.2.22-6.2.24.

Структура й обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів (9 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків і списку використаних джерел (50 джерел). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 67 сторінок, а основний текст викладено на 51 сторінці.

РОЗДІЛ 1

ВІДЕОМАТЕРІАЛИ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

1.1. Історія становлення та розвитку відеоформату в журналістських матеріалах

Вперше про появу відео почали говорити ще у другій половині XIX століття. Вчений А. В. Яковець стверджує, що студент з Німеччини Пауль Ніпков у 1884 році створив унікальний пристрій. Він взяв алюмінієвий диск і зробив у ньому отвори, позаду розмістив об'єктив і приєднав дротами до фотоелемента. Диск крутився і світло, що потрапляло в отвори, розсіювалось через них і моделювало частоту радіопередавача – рядки складались в єдину картинку. Цей винахід і ліг в основу телевізійних технологій. Дата його патентування, а саме 15 січня 1885 року, вважається днем народження телебачення. Проте, пристрій Ніпкова почали активно використовувати лише у 20-30-х роках XX століття [31].

Німеччина, Англія, США, а згодом Італія та Радянський Союз почали задумуватись про масове виробництво телевізорів та запровадження телевізійного формату, як однієї з провідних форм поширення інформації на широкий загал. Втіленню цієї ідеї в життя завадила Друга світова війна. Після неї якість телевізійних програм, як і сигналу, була невисокою. Телередакцій на той час ще не існувало, тож у прямому ефірі транслювались розмови, концерти, вистави, циркові номери та кіно [28].

Згодом технології розвинулись і телебачення, завдяки своїй «всеосяжності» та здатності передавати інформацію у вигляді малюнків, розпочало нову епоху в історії людства. Саме телебачення дало початок масовій культурі, бо мало неабиякий вплив на глядачів по всьому світу.

Тележурналістика відкрила медіа нові горизонти, адже більшість людей краще сприймає інформацію візуально. Але фішка телебачення не в самій лише

картинці, а й в акустичних ефектах. Тобто вплив на глядача відбувається як вербально, так і невербально. Інформація запам'ятовується краще та яскравіше, а при частому повторенні «в'їдається у підкірку».

Вчений Михайлин І. Л. писав: «Телестилістика – це стилістика рекламного мислення, де головна мета – яскравість форми, привабливість зовнішньої картинки; це стихія імпровізованого усного мовлення, що не передбачає тривалого виношування думки, інтимного спілкування сам-на-сам, як у читача з книгою; це прихована, таємна маніпулятивна пропаганда» [22, с. 403].

Не дарма медіа називають четвертою владою, бо вони відіграють найбільшу роль у формуванні й поширенні громадської думки. Це можна пояснити тим, що люди довіряють пресі, бо медіа – основне джерело, з якого вони можуть отримати суспільно-важливу інформацію. Майже у всіх розвинених країнах світу є незалежні суспільні мовники, тобто люди платять податки, щоб мати змогу отримувати об'єктивну, правдиву та незаангажовану інформацію. Але журналістський твір не може бути повністю об'єктивним, бо його створює людина, а вона сприймає дійсність через призму свого бачення і це вже суб'єктивно [2]. Це значить, що більша частина інформації доходить до аудиторії вже інтерпретованою і містить авторську оцінку.

Відповідно до теорії медіафреймування Ірвінга Гофмана, будь-яка подія подається медіа у вигляді якогось фрейму, в спрощеній формі, а особливо на телебаченні, бо середньостатистичний глядач вмикає його після важкого робочого дня або взагалі як фоновий шум. Використання фреймів змушує увагу аудиторії та фокусує її на конкретних аспектах, змушує людей думати в потрібному напрямку, а це – маніпуляція [7]. Фреймінг складно назвати суцільним фейком, адже медіа лише заганяють аудиторію в певні рамки, відсікаючи несуттєве чи не цікаве для громадськості, інформація не спотворюється, а замовчується. Так медіа можуть подавати свій контент у вигідному їм світлі. Зменшення інформації в журналістських творах тільки на руку споживачам, бо вони отримують головне, так званий «скелет», і не

витрачають свій час на «непотрібні» подробиці, які можуть перевернути сюжет з ніг на голову. Таким чином, за мовчазної згоди аудиторії мас-медіа отримала дієвий інструмент для маніпулювання.

Люди так звикли до фреймів, що вже не можуть жити без них і починають сприймати будь-яку ситуацію шаблонно, а коли та «не вписується» в загальноприйнятні рамки, то починає наростати паніка. Всі звикли, що інформація подається вже в готовому вигляді і не потрібно думати, аналізувати чи знаходити нестандартні рішення.

Телебачення пропагує певні погляди та цінності, вирішує, що буде добре, а що погано і таким чином зближує аудиторію, утворюючи соціум із спільною колективною свідомістю. Науковець Михайлин І. Л. виділяє такі ознаки тотального зближення глядачів за допомогою відеоформату [22]:

- панування усної комунікації, підкріпленої візуальними ефектами та з недавніх пір графічними елементами комп'ютерної графіки;
- швидке поширення інформації у будь-яку точку земної кулі;
- відеоформат дозволяє збільшити впізнаваність «медійних» осіб;
- створення масової культури, доступної кожному.

У своїй теорії комунікації Маршал Маклюен пише, що телебачення об'єднує усі верстви населення, не залежно від віку, статі, доходів чи релігії, та утворює єдину спільноту – масового глядача. Завдяки своїм візуально-зображальним можливостям, відеоформат дозволяє створити ефект присутності, який змушує аудиторію вірити в те, що їй показують, адже «очі не брешуть» [34]. Таким чином телебачення створює фейкову реальність, зрозумілу широкому загалу, де вся інформація спрощується та адаптується. Відповідно до концепції Ж. Бодріяра, ми всі живемо в симуляції, а наш світ наповнений симулякрами – ми замінюємо реальне його копією, його поняттям. А телебачення «Це не просто сукупність технічних засобів для поширення змісту інформації, це – нав'язування моделей» [32].

Якщо на початку своєї історії відео можна було транслювати лише в режимі реального часу, то з розвитком технологій з'явилися технічні можливості

для випуску в ефір записаних раніше передач чи новинних сюжетів. Зрозуміло, що ні про які дідфейки тоді ще не йшлося. Все, що показували на телебаченні, в основному, було правдою. Звісно, деякі деталі могли замовчати, свідчення не перевірити, змонтувати не зовсім точно чи подати певну історію у вигідному світлі. Виразальними візуальними ефектами могли слугувати лише спеціально збудовані декорації чи використання театральних прийомів.

Наприкінці ХХ століття та у 2000-х роках у телепередачах активно використовується фонові музика та графічні ефекти. У молодіжних шоу та розважальних телепередачах кадри монтуються не «в стик», а з додаванням комп'ютерних ефектів таких як вицвітання, зсув, віддзеркалення, мозаїка і т.д. Також допускається поява на екрані емоцій у вигляді емоджі.

Сьогодні ж технології досягли такого рівня, що за допомогою комп'ютерної графіки можна створювати будь-які візуальні та аудіо ефекти: від зміни фону за спиною ведучого до моделювання ядерного вибуху. Ба більше, штучний інтелект дозволяє замінити ведучого на його цифрову копію. Так полтавське інтернет-видання Kolo.news за допомогою штучного інтелекту згенерувало ведучу Наталку Полтавку, яка озвучує новини [40]. Як виявилось, це гарне рішення для невеликих редакцій, які не мають власної студії та не готові брати у штат ще одну людину.

Безперечно, штучний інтелект та програми для створення графіки значно полегшують роботу журналістів, які працюють над історичними проектами, бо відтворити події, які відбувались багато років тому – вкрай складно навіть за допомогою акторської гри та відповідного реквізиту. Також вони стануть у нагоді журналістам-оглядачам та розслідувачам, адже їм просто необхідна графіка для відтворення певних об'єктів чи переміщень предметів у просторі.

Проте є й інший бік медалі. Штучний інтелект та комп'ютерна графіка можуть використовуватись для створення дідфейків, покликаних задля розваги чи зі злочинною метою відтворювати події, яких ніколи не було в реальній дійсності. Такими технологіями активно користується Росія під час повномасштабного вторгнення на територію України. Вони створюють фейкові

відео за участі українських високопосадовців з метою виправдати свою агресію та підкріпити «фактами» свої пропагандистські сюжети.

На щастя, існують програми, які можуть розпізнати оригінальне це відео чи в його створенні був задіяний штучний інтелект, але технології розвиваються настільки стрімко, що скоро буде майже неможливо відрізнити згенероване відео від реального, що поставить всю журналістику під велику загрозу.

Отже, за менш ніж століття телебачення перейшло від формату прямих трансляцій без додаткових ефектів до створення віртуальної реальності із заміною реальних людей в ефірі на цифрові копії, які безпомилково виконують ту ж саму роботу.

1.2. Основні принципи створення відеоконтенту у жанрі інтерв'ю та репортажу

Перша асоціація зі словом «журналістика», яка виникає у людей – репортаж із місця подій. Науковиця Назаренко Г.І. подає таке визначення цього інформаційного жанру: «Репортаж – оперативний інформаційний жанр преси, радіо, телебачення, інтернету, у якому динамічно, з документальною точністю, яскраво й емоційно, у виразній публіцистичній формі відтворюються картини дійсності в їхньому розвитку через безпосереднє сприйняття автора, що створює ефект присутності на місці події» [24, с. 77]. Тобто, під час написання репортажу, журналіст повинен не лише передавати факти у хронологічному порядку, а й занурювати людей в атмосферу дійства, передавати настрої та відчуття, через призму свого світосприйняття. Зазвичай розповідь іде в теперішньому часі та від першої особи, рідше – від третьої. Родзинкою репортажу є власні спостереження та емоції журналіста або ж унікальні коментарі учасників події.

Науковець Кривошея Г.П. виділяє такі ознаки жанру [15]:

1. Правдивість та документальна точність – мається на увазі, журналіст не повинен додавати нічого від себе, перебільшувати чи применшувати значимість фактів та гостроту емоцій, бо тоді об'єктивний матеріал в очах аудиторії перетвориться на рекламний.

2. Послідовне відтворення події – журналіст не повинен скакати у часі, бо тоді аудиторія не зможе зрозуміти про що йдеться і як все відбувалось насправді. Допускається два варіанти розповіді у формі репортажу: лінійний, тобто у хронологічному порядку та погляд у минуле, коли лінійна розповідь, доповнюється спогадами героїв репортажу.

3. Образне змалювання того, що відбувалось – доречні узагальнення та додавання художніх елементів, притаманних публіцистичним жанрам журналістики.

4. Створення ефекту присутності на місці події, причетності до того, що відбувалось – суть репортажу – занурити в атмосферу дійства, а це досягається лише за допомогою художніх описів та емоцій.

5. Обмеження розповіді про подію просторово-часовими рамками – будь-який матеріал описує певний проміжок, тож, щоб матеріал був ефективним та цікавим, журналісту потрібно чітко знати про що і скільки розповідати.

6. Деталізація події інтер'єром, особливостями, висловлюваннями дійових осіб – саме це занурює в атмосферу та додає «життя» матеріалу.

Репортаж – це такий жанр, який використовується не лише для прямих включень та описів подій, очевидцем яких став журналіст, а й для цікавої подачі історії людини, яка потрапила у цікаву ситуацію чи створює щось унікальне. Ось, що радить робити західноєвропейський журналіст Й. Бех-Карлсена, щоб репортажі знаходили відгук у аудиторії: «Кожну подію треба зображувати так, щоб вона захоплювала, широко використовуючи факти. Ця подія повинна бути виразно конкретною чи символічною і емоційно вбудована більшою мірою, ніж раніше...» [21, с. 53].

Існує велика кількість підвидів репортажів. Західна журналістика взагалі відносить до цього жанру все, що не підходить під визначення замітки та інтерв'ю, пропускаючи звіт, який українська наука виділяє, як окремий, хоч і непопулярний та рідковживаний, інформаційний жанр новітньої медіакритики.

Відповідно до класифікації Здоровеги, репортажі поділяються на такі підвиди [12]:

1. Подієвий – коли журналіст повинен повно та оперативно висвітлити певну подію. Найголовніше – бути першим серед колег, бо зазвичай на подію збираються представники великої кількості ЗМІ. Щоб матеріал виділявся серед безлічі схожих, варто або відпрацювати якомога швидше, або знайти те, що інші пропустили чи не помітили, що вкрай важко. Унікальним може бути коментар учасника події чи його нестандартне сприйняття дійсності.

2. Інформаційний – в основі лежить не подія, а тема. Тут цінується не швидкість видачі матеріалу, а унікальність та якість пропрацювання контенту. Від журналіста залежить вибір героїв та форма подачі їхніх історій. Щоб привернути увагу аудиторії до таких планових репортажів, варто, за можливості, робити прив'язки до дат, трендів та запитів в регіоні; проживати історію разом з героєм та подавати лише цікаві моменти – аудиторія не може перенасичитись емоціями, якщо вони чергуються з фактами та органічно доповнюють їх; висвітлювати героя та його діяльність об'єктивно, не ідеалізувати і не захоплюватись.

3. Проблемний – використовується для висвітлення проблем та може містити критику та полеміку. Використовуються елементи аналітики та публіцистики. Найкраще висвітлювати проблемні питання через сторітелінг – історії реальних людей, які стикнулись з проблемою чи стали жертвами несправедливості. Бажано додавати пояснення від офіційних осіб та поради від фахівців. Цей формат гарно спрацьовує, бо аудиторія бачить своє відображення в герої, який вирішує проблеми та починає діяти за прикладом, уникаючи найбільш розповсюджених помилок.

4. Художній – побудований по типу документального кіно. Найкраще підходить для опису подорожей та, так званих, «дорожніх ситуацій», висвітлення матеріалів з містичною, магічною або обрядовою складовою. Це найскладніший з усіх видів репортажу, бо потребує неабияких літературних здібностей від автора. Тут акцент робиться на атмосфері, що передається завдяки описам місцевості та відчуттів.

На телебаченні дуже цінуються емоції людей зняті на камеру, незаплановані «живі» вигуки, недоречні, дивні чи кумедні фрази учасників події. Для того, щоб цитати героїв матеріалу органічно виглядали в матеріалі, журналіст повинен ніби робити коротеньку підводку до кожної з них. Тим самим даючи людині самі розповісти свою історію. Для утримання уваги глядача, усі кадри мають бути динамічними, а плани – чергуватися. Додаткових ефектів у вигляді накладання фонової музики стандартні новинні репортажі не потребують. А от інфографіка чудово доповнить матеріал і краще запам'ятається глядачам.

Створюючи чуттєвий репортаж, покликаний викликати сильні емоції у глядача, зазвичай сльози, варто використовувати фонову музику, що відповідатиме трагічності моменту. Якщо у матеріалі присутня містика, то крім музики варто додати елементи, створені за допомогою комп'ютерної графіки: поява туману, затемнення кадру, деякі частини відео подавати у чорно-білому форматі тощо.

Отже, репортаж – містить елементи аналітики та публіцистики. Його основним завданням є занурення аудиторії в атмосферу події, розповідь про унікальний випадок чи вирішення проблеми через історію конкретної людини, задля позитивних зрушень в суспільстві.

Репортажі поділяються на подієві, що вимагають оперативної публікації, інформативні – заздалегідь заплановані матеріали на цікаву тематику, проблемні – для висвітлення соціально важливої проблеми через досвід конкретної людини та художні – вимагають творчої подачі, покликані занурити аудиторію в історію або подорож. Його обсяг не обмежений чіткими рамками, а особливості структури залежать від автора та мети публікації, що робить репортаж найбільш творчим та вільним із всіх інформаційних жанрів журналістики.

Якщо говорити про інтерв'ю, то це – один із найстаріших та найпопулярніших видів подачі інформації. Професор Здоровега В. Й. зазначає, що «інтерв'ю – це жанр журналістики, розмова журналіста з відомою або просто обізнаною у якійсь справі людиною переважно на значущу тему, призначена для

оприлюднення у мас-медіа» [12, с. 169]. Зазвичай, воно передбачає діалогічний характер бесіди, хоча зустрічається і у формі монологу чи полеміка. Під час запису інтерв'ю, журналіст повинен пам'ятати, що він лише посередник між носієм інформації та аудиторією. Його основна задача ставити важливі питання, що репрезентують суспільний інтерес та корегувати бесіду.

В основному інтерв'ю записується для того, щоб експерт у певній галузі дав відповіді на запитання, які цікавлять суспільство або ж для того, що ознайомити аудиторію з поглядами, досягненнями чи досвідом конкретної особи чи групи осіб.

Вчений Лаврик О.В. виділяє такі види інтерв'ю [18]:

1. Інтерв'ю-монолог – це різновид інтерв'ю, де журналіст на початку розмови ставить гостю одне чи кілька питань або ж коротко окреслює тему. Після чого гість починає свій монолог. Важливо, що інтерв'юер не перериває спікера і не ставить уточнювальних запитань, поки експерт самостійно все роз'яснює аудиторії. Функція журналіста тут суто репрезентативна. Він потрібен лише для того, щоб окреслити тему та за потреби повернути спікера у правильне русло, якщо він почав відходити від теми, що цікавить аудиторію.

2. Інтерв'ю-діалог – це різновид інтерв'ю, що проходить у форматі питання-відповідь або ж бесіди. Інтерв'юер та гість мають однакову вагу та можуть вільно висловлюватись по темі, але не варто забувати, що журналіст все ж таки ведучий. Тож його роль полягає у тому, щоб підштовхувати людину до розповіді, направляти бесіду та висловлювати думки, які варто було б обговорити.

3. Колективне інтерв'ю – це різновид інтерв'ю, де комунікація відбувається у вигляді дебатів або ж колективної бесіди. Використовується тоді, коли треба обговорити важливу тему і подивитися на проблему з різних точок зору. Мета журналіста – підкидати потрібні теми, підтримувати дискусію та стежити за тим, щоб вона не перетворилась на балаган чи не переросла у сварку між учасниками.

4. Інтерв'ю-замальовка – це різновид інтерв'ю, де інтерв'юер влучними репліками та короткими ситуативними описами, створює для аудиторії образ свого гостя. Під час інтерв'ю журналіст може брати активну участь в обговоренні та коментувати слова гостя.

5. Інтерв'ю-нарис – це різновид інтерв'ю, покликаний якомога більше розповісти про героя. Журналісту потрібно ставити запитання таким чином, щоб історія гостя звучала як маленький публіцистичний твір із своєю фабулою. Варто робити уточнення та коментувати гостя. Щодо структури, то тут повинна бути зав'язка, розвиток подій та логічне завершення.

6. Інтерв'ю-анкета або ж бліц-інтерв'ю – це різновид інтерв'ю, де журналіст робить опитування фокус-груп щодо певної теми. Кількість питань може варіюватись, але, в ідеалі, їх не повинно бути більше п'яти. Бліц-інтерв'ю проводяться для збору статистичних даних або ж для розуміння того, як люди реагують на ту чи іншу подію. Бліци часто можна зустріти у подієвих репортажах. В такому разі бліц-інтерв'ю не буде самостійним жанром, а вважатиметься частиною журналістського матеріалу.

За призначенням інтерв'ю поділяються на [24]:

1. Оперативно-інформаційні – покликані оперативно інформувати людей з приводу важливих подій. За допомогою формату монологу або діалогу суспільство швидко отримує відповіді на нагальні запитання від офіційних осіб чи експертів. Використовуються переважно в новинній журналістиці. Після початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України це різновид інтерв'ю можна побачити у загальнонаціональному телемарафоні «Єдині новини». Переважно у такий спосіб повідомляється про наслідки ворожих атак по мирних містах та селах.

2. Цікаво-розважальні – ознайомлюють аудиторію з діяльністю різноманітних організацій та повідомляють про проведення культурно-розважальних заходів. Знайомлять глядачів з цікавими особистостями та розповідають про курйозні випадки з життя відомих людей. Цей формат часто використовується у ранкових та вечірніх шоу, бо не перенавантажує аудиторію.

3. Пізнавально-аналітичні – покликані висвітлювати події з різних ракурсів, доносити важливі, іноді навіть викривального характеру, ідеї та судження. Підходить для глибокого аналізу новин, політичних ток-шоу та контрпропаганди.

Для того, щоб інтерв'ю було вдалим, журналіст повинен попередньо проговорити тему зі своїм гостем, бажано надати йому список питань у письмовій формі та узгодити його. Заздалегідь підготуватися до розмови та гарно ознайомитись з темою, адже лише так можна поставити доречні уточнювальні запитання. Інтерв'юер повинен вести розмову легко та невимушено, за потреби розтлумачувати глядачам, якісь терміни, що вжив співрозмовник чи нагадувати контекст подій, про які говорить гість. Перед початком запису журналіст має попередити гостя про слова, які не варто вживати, якщо на каналі є цензура. Це стосується не лише загальноприйнятих виразів, які не вітаються на телебаченні чи не сприймаються суспільством, а й специфічні. Зокрема, політика відеохостингу «Ютуб» та соцмереж, що належать компанії «Meta» не дозволяє вживати такі слова як «вбив», «розчленував», «рашисти», «кацапи» тощо. Якщо ютуб ставиться до такого більш лояльно і просто обмежує монетизацію, що потім негативно вплине на просування контенту, то «Meta» може заблокувати відео. Тож таке попередження є обов'язковим, якщо контент буде показаний не лише в ефірі телебачення, а й на інших платформах.

Обов'язково треба дати поради людині у що одягтись, щоб він гарно виглядав у кадрі та не зливався з інтер'єром. Перед записом чи виходом в ефір - перевірити чи справна техніка. Після запису запевнити гостя, що контент буде опублікованим, а потім обов'язково дати йому посилання на розміщений матеріал. Якщо гість просить, то варто давати готовий матеріал на погодження перед публікацією, бо можуть бути внесені правки у тих тонкощах, які журналіст може не знати. Під час самого інтерв'ю журналіст має відчувати найменші коливання настрою співрозмовника та відхилення від теми, щоб вчасно втрутитись та не допустити неприємних ситуацій або ж допомогти вийти із скрутного положення. Інтерв'юер повинен випромінювати впевненість у собі,

доброзичливість, авторитетність, спокій та стабільність і бути готовим до будь-якого розвитку подій. Саме тоді гість буде вважати його професіоналом та перестане хвилюватися, бо знатиме, що в разі чого його підстрахують та не дадуть осоромитись.

Отже, інтерв'ю – це найскладніший інформаційний жанр журналістики. Воно потребує неабияких зусиль від журналіста. В першу чергу інтерв'юер повинен бути гарним співрозмовником та психологом, бути обізнаним в темі та готовим в будь-який момент прийти на допомогу своєму гостю. Інтерв'ю відбуваються переважно у формі діалогу, але можливий варіант монологу чи полілогу. Також крім формату запитання-відповідь, воно може проходити у вигляді бліцу, анкетування або навіть замальовки чи нарису про гостя. За призначенням вони бувають оперативно-інформаційні, цікаво-розважальні та пізнавально-аналітичні.

1.3. Стандарти монтажу відеоматеріалів залежно від жанру: інтерв'ю, репортаж

Монтаж – це один із найважливіших етапів створення журналістського відеоматеріалу. Адже від динаміки та вдалого поєднання кадрів залежить, як довго людина буде дивитись відео та чи воно її зацікавить. Оскільки сьогодні глядачі вирішують чи дивитимуться відео на основі лише перших трьох секунд, тому на самий початок ролику варто виносити найцікавіші моменти або власне новину.

Існує три найпоширеніші види відеомонтажу:

1. Лінійний – послідовне з'єднання кадрів в один відеоряд.
2. Нелінійний – не потребує чіткого порядку кадрів, щоб вони утворювали єдину картину, як у кіно. Головне передати зміст. Саме цей тип монтажу використовується для створення репортажів та інтерв'ю.
3. Монтаж з додаванням музики – атмосфера та емоційне навантаження передається завдяки звуковим ефектам.

Для того, щоб монтаж був якісним потрібно відібрати з усього матеріалу

потрібні кадри та розставити їх у логічному порядку, щоб вони не повторювали одне одного та утворювали цілісну розповідь. Прописати сценарій, бо зазвичай, є кадри зі звуком, де говорять герої репортажу та сам журналіст, і так звані «закадри» - відео, поверх яких буде начитуватись закадровий текст. Написати закадровий текст та начитати його на диктофон, щоб зрозуміти хронометраж. Відповідно до хронометражу та теми підібрати потрібне відео з наявних. Якщо такого немає або ж текст виявився задовгим, варто переписати текст або скоротити його, бо провести подібні маніпуляції з відео, зазвичай, неможливо. Під час склейки підчистити усі звукові та відеодефекти: повтори, підвисання, шуми, потрапляння сторонніх об'єктів у кадр тощо. Уважно віддивитись готовий репортаж та за потреби додати музику. Варто пам'ятати, що вона не повинна заважати сприйняттю тексту. Якщо хтось говорить в кадрі чи за кадром, її треба стишити або взагалі прибрати. Під час вивантаження відео потрібно налаштувати максимальну якість та роздільну здатність 1080pHDу форматі H.264.

Проте не завжди відео потрапляють на монтаж в однаковому форматі та якості, тож доводиться робити конвертацію у потрібний формат. Його можуть передавати як MPEG-, VP8, VP9, AV1, AVCHD, JPEG та з розширенням .mxf, замість звичного .mp4 чи .mov.

Обробка та зберігання цифрового відеосигналу з роздільною здатністю SIF і передачею кольору TrueColor, займає дуже багато місця на цифровому носії і її вкрай складно передавати на інші пристрої навіть за допомогою хмарних сховищ, тож завдяки MPEG- стисненню обсяг відеоінформації можна зменшити без помітної деградації зображення.

Формат MPEG-1 використовується для запису синхронізованого відеозображення і звукового супроводу на CD-ROM. Він є аналогом звичайному VHS-відео і застосовується переважно там, де незручно чи непрактично використовувати стандартні аналогові відеоносії.

Формат MPEG-2 – використовується для архівації великих обсягів відеоматеріалу. сигнал стиснений відповідно з цим стандартом транслюється через телевізійні супутники.

MPEG-3 – створений для систем телебачення високої чіткості (HDTV), але наразі став частиною стандарту MPEG-2. Не варто плутати із форматом.mp3, який призначений тільки для стиснення аудіо.

MPEG-4 – використовується у роботі з цифровими медіаданими для інтерактивного мультимедіа, графічних додатків і цифрового телебачення.

На відміну від AVI-формату, який зазвичай використовує алгоритми стиснення Motion -JPEG , MPEG- файли займають значно менше місця.

Усі інформаційні жанри журналістики, до яких відносяться репортаж та інтерв'ю, повинні дотримуватись стандартів оперативності, тому монтуються вони за певним шаблоном «завжди розпочинати монтаж сюжету з адресного плану. Натомість, ніколи не ставити на початку сюжету синхрон, бо тоді глядачі не зрозуміють, хто говорить, чому і навіщо. Витримувати постійний темп монтажу в 3 секунди, бо саме така довжина планів відповідає ритму інформаційного тексту» [26, с. 25].Зараз цей шаблон трохи видозмінився і допускається варіант, коли репортаж починається із синхрону, зазвичай, влучної, емоційної чи цікавої фрази, а перед інтерв'ю пускають нарізку із найцікавіших фрагментів. Це робиться задля залучення аудиторії та утримання її уваги.

Картинка лише доповнює тему, а не навпаки. Тобто акцент робиться саме на слова журналіста та героїв матеріалу, а відеоряд лише доповнює їх, розкриває сенси. Проте, якщо можна щось показати, не називаючи та не описуючи його, то це варто зробити, бо більшість людей краще сприймають інформацію візуально, ніж на слух [5].

В інформаційних жанрах більшість прийомів монтажу заборонена, бо з ними сюжет сприймається не так серйозно. Тут монтаж виконує суто технічну функцію з'єднання фрагментів в одне ціле та підчищає недоліки. Найважливішим елементом будь-якого кадру під час монтажу є наявність дії, адже монтаж повинен створити динаміку.

«Невигадливість формули інформаційного монтажу «великий-середній-загальний» дозволяє показати подію відсторонено, зберігаючи вдавану незалежність погляду, і у цьому головна хитрість. Такий монтаж створює повну ілюзію події: робить його зрозумілим, доводить, що вона не «кіношна», а справжня, реальна» [4, с. 45]. Крім чергування планів, варто обирати ті кадри, де є хоч мінімальна дія, бо статика нікому не цікава. Особлива увага приділяється деталям, адже «крупний план дає можливість зануритися в психологію людини. Такі деталі – «перебивки» передають напругу, і цим викликають певні емоції в телеглядачів: співчуття, відчай, ненависть тощо [17, с. 98].

Відповідно до пам'ятки з основних шаблонних правил монтажу інформаційної телепрограми, яку розробив науковець Петренко С.І., при створенні відео найчастіше використовуються такі кліше [26]:

1. Зв'язок між текстом та кадром. Спочатку записується закадровий текст, а потім підбирається відповідне відео з наявних.

2. Хронометраж. Тривалість інформаційних кадрів і перебивок – 3 секунди. Якщо хронометраж буде меншим, то людина не встигне нічого побачити, а якщо більше і без руху, то буде не цікаво. Панорами та кадри з використанням наїздів та від'їздів камери тривають 4-5 секунд.

3. Фіксація камери та рухи в кадрі. Камера повинна бути статичною, а динаміка досягатися за допомогою рухів в кадрі. Допускається рух камерою лише для зйомок ексклюзивів, оперативок, зйомок в екстремальних ситуаціях у випадках, коли неможливо використовувати штатив та під час створення кадрів із застосуванням наїздів та від'їздів. Проте варто пам'ятати, що не можна монтувати підряд кадри із рухом камери.

4. Внутрішня динаміка кадру. Глядач погано сприймає статику, бо він не перемикається на дії в кадрі і йому стає нудно, а отже втрачається увага. Тому кадри повинні бути «живими» та динамічними.

5. Склейки. Момент зміни кадру відволікає глядача від суті відео, тому використовувати спецефекти на склейках у журналістських матеріалах – заборонено Краще робити 3 ТМ або розкадровку.

Вчений Петренко С. І. виокремлює такі правила загального монтажу [26]:

1. Використовувати лише найкращі за якістю кадри, а не витягувати картинку у програмі для монтажу.
2. Зміна кадрів повинна відповідати змісту тексту та його ритму.
3. Плани необхідно чергувати, щоб була динаміка кадрів.
4. Кожен кадр повинен мати початок, середину та кінець. Тобто дія завершується до того, як відбудеться зміна кадру.
5. Якщо в кадрі є вивіска, табличка чи плакат з текстом, то глядач повинен мати змогу безперешкодно та не напружуючи зір прочитати написане.
6. На монтажі не можна уповільнювати чи пришвидшувати відео, якщо, звісно, сюжет не в стилі інфотейнмент.
7. Останнім кадри сюжету варто давати панораму чи наїзд-від'їзд. Синхрон подається тільки у випадку, коли сказане – беззаперечна істина.
8. Інтерв'ю теж вимагає чергування планів. Якщо цього не відбувається з певних причин, то краще дати перебивку. При чому об'єкт, яким перекривається основне відео повинен або знаходитись в тому ж місці, де знімається інтерв'ю, або ж відповідати його темі (те, про що говорять або згадують).
9. Положення голови інтерв'ююваного крупним планом має бути таким же, як і в наступному кадрі іншим планом. Тоді перехід буде плавним і глядач не відволікатиметься від інтерв'ю.
10. На сусідніх планах голова повинна бути повернутою в одну сторону, інакше виникає дисонанс.

«При монтажі необхідно обережно зміщувати центр кадру, щоб аудиторія змогла із легко знайти його на наступних кадрах. Оптимальним переносом центру уваги глядачів є переміщення на 1/3 горизонталі кадру» [6, с. 75].

Для інфотейнменту є характерними особливі типи монтажу з використанням відеопереходів та спецефектів. Проте інформаційні програми, зважаючи на свою специфіку, користуються лише певним переліком відеопереходів [1, с. 81–84]:

1. Спалах (білий та кольорові) – використовується для швидкої зміни

кадрів та розмежування тем.

2. Затемнення – доречне у вигляді перебивок між синхронами чи під час анонсу для розмежування тем.

3. Перетворення на чорно-біле та сепію – для трагічних кадрів або спогадів.

4. Кольорова корекція та затемнення кадру по краях – для виділення частинки відео за авторським задумом або як фірмове оформлення.

5. «Видошукач» – навести «приціл» на певну деталь, ефект відеонагляду.

6. Полікадр – для показу кадру із різних ракурсів або паралельна зйомка.

В інформаційних жанрах журналістики часто можна побачити графіку та анімацію для наведення аналітичних та статистичних даних. Останнім часом все більшої популярності набуває інфографіка [23, с. 157].

На телебаченні технологія хромакей та люмакей реалізується за допомогою рір-екрану, тобто використовується зелений фон для створення декорацій у студії та накладання графіки по типу підписки та заклику поставити коментар під відео. «За допомогою комп'ютерної графіки фон стає прозорим і замість нього можна ввести будь-яке рухоме або нерухоме зображення (рір-проекцію)» [19, с. 55].

Останнім часом у мережі можна побачити велику кількість відео за участю високопосадовців чи просто відомих людей, згенерованих за допомогою штучного інтелекту. Такий контент називають діпфейками, бо вкрай складно відрізнити від справжнього відео, не застосовуючи спеціальних технологій, що здатні розпізнати використання ШІ. Зазвичай така технологія використовується задля створення фейків у новинах, що і робить РФ, намагаючись виправдати свою агресію проти України [9].

Дослідник Стівенс М. описує цікавий прийом монтажу кадрів, що дозволяє створювати ефект «вохрор». Для цього синхрони монтуються встик, щоб глядачі могли побачити емоції людей присутніх на події. Саме це створює ефект правдивості та достовірності [27, с. 286].

Отже, від монтажу залежить тривалість залучення глядача та сприйняття ним контенту. Шаблонність при роботі з інформаційними жанрами дозволяє оперативніше публікувати матеріали, а «фішки» створюють потрібний ефект.

Висновки до розділу 1

Днем народження телебачення, а отже і відеоформату, вважається 15 січня 1885 року. Відтоді відео стало не лише способом передачі інформації, але й важливим чинником формування світогляду та культури.

Найпоширенішими жанрами новинної журналістики є інтерв'ю та репортаж. Репортаж покликаний занурити аудиторію в атмосферу події, показати дійсність через призму світосприйняття журналіста. Він цікаво та доступно інформує населення про важливі, корисні та нетривіальні випадки та знайомить з непересічними особистостями. Також він допомагає вирішувати важливі для суспільства проблеми, показуючи шляхи її вирішення через досвід героя матеріалу.

Інтерв'ю ж дозволяє оперативно отримати офіційну інформацію про ту чи іншу подію з перших вуст у вигляді коментаря, або ж інтерв'ю-монологу. Послухати думки експертів та відомих людей на соціально важливі, цікаві чи корисні теми. За допомогою цього жанру реалізуються публічні політичні дебати та дискусії, що є необхідним у сучасному демократичному суспільстві.

Щодо правил монтажу новинних матеріалів у жанрі інтерв'ю та репортажу, то тут є певні шаблони, яких варто дотримуватись. У репортажі зміна статичних або наближених до статички кадрів повинна відбуватись кожні 3 секунди, а панорами та наїзди-від'їзди можуть бути на екрані до 5 секунд. В інтерв'ю повинні змінюватись плани, бажано це робити в одному ритмі із текстом. Один кадр – одна завершена дія. Положення тіла героїв матеріалу повинно залишатися статичним під час зміни плану. Всі кадри монтуються «встик» та без спецефектів на склейках. Вони допускаються лише в інтро та між синхронами. Інформаційні жанри не потребують візуальних спецефектів, якщо того не вимагає авторський задум, достатньо інфографіки.

РОЗДІЛ 2

БАЗОВІ ДЕФІНІЦІЇ ТА ПРАВОВА СКЛАДОВА ВИСВІТЛЕННЯ МАТЕРІАЛІВ ПРО ДІТЕЙ НА ПРАВОЗАХИСНУ ТЕМАТИКУ

2.1. Основні закони, статuti та пакти, що захищають права дитини

Тема дітей у медіа дуже чутлива, адже вимагає додаткової пильності та знань від журналіста. Оскільки дитина не може самостійно приймати рішення та нести відповідальність за свої слова та вчинки, то за неї повинні відповідати батьки чи опікуни. В разі нанесення неумисної шкоди ментальному, емоційному чи фізичному здоров'ю неповнолітнього під час запису журналістського матеріалу самим журналістом чи завдання шкоди іншими людьми після публікації, відповідальність несе редакція в цілому, та журналіст зокрема. Тому, щоб не наробити помилок та не потрапити у халепу, перед тим як працювати з дитячою тематикою, необхідно ознайомитися із основними законами, статутами та пактами, що захищають права дитини.

Стаття 24 Конституції України говорить про те, що всі громадяни є рівними у своїх правах незалежно від статі, раси, походження, віку, місця проживання тощо. А у статті 51 зазначається, що батьки зобов'язані утримувати та піклуватися про своїх дітей до їх повноліття, а отже і брати за них відповідальність на законодавчому рівні. До того ж будь-яке насильство над дитиною та її експлуатація переслідуються за законом, про що зазначено у статті 52 [39].

У статтях 12 та 13 Конвенції ООН про права дитини сказано, що дитина, яка може сформулювати власні погляди, має право їх вільно висловлювати з усіх питань, що стосуються дитини. Це право дозволяє їй вільно та безперешкодно шукати, одержувати та передавати будь-яку інформацію в будь-якій доступній формі. Також вона має право бути заслуханою в ході судового процесу. Стаття 17 наголошує, що дитина повинна мати доступ до матеріалів, опублікованих в

медіа, особливо якщо вони сприяють її розвитку. Стаття 38 та 39 чітко окреслюють, що діти, які не досягли 15-річного віку не мають брати безпосередньої участі у воєнних діях. У період з 15 до 18 років вони можуть бути завербованими до війська, але держави-учасниці повинні віддати перевагу особам, що вже досягли повноліття. Дитині, яка стала жертвою катувань, експлуатації чи будь-яких жорстоких або принижуючих гідність видів покарань чи поведень внаслідок збройного конфлікту, повинна бути надана вся необхідна медична, моральна, фізична та емоційна реабілітація і підтримка. При чому, якщо дитина скоїла злочин, то вона повинна понести покарання відповідно до норм та законів країни, в якій вона перебуває, за умови, якщо суд дійсно визнає дитину винною. До офіційного вироку діє презумпція невинуватості, про це йдеться у статті 40 [13].

Відповідно до статті 5 закону України «Про охорону дитинства» місцеві органи влади та органи місцевого самоврядування повинні забезпечити державною допомогою дітей та родини з дітьми, а також надати їм пільги, якщо вони того потребують. Органи виконавчої влади мають надавати загальну інформацію про забезпечення захисту прав дітей за запитом від медіа та громадськості, а також співпрацювати з особами та організаціями, що займаються правозахисною діяльністю. Стаття 9 цього закону наголошує на тому, що діти мають право вільно та безперешкодно висловлювати свою думку, отримувати та поширювати інформацію, що їх стосується або може бути корисною для них. А у статті 21 зазначається, що на території України забороняється залучення дітей до найгірших форм дитячої праці. Мається на увазі рабство, продаж чи торгівля дітьми, а також вербування дітей для залучення їх до збройних конфліктів [10].

Згідно зі статтею 6 ЗУ «Про телебачення та радіомовлення» в ефірі радіо та телебачення забороняються трансляції програм та інформаційних сюжетів, що можуть негативно впливати на психіку дітей чи завдавати шкоди їх фізичному або моральному розвитку дітей. Але, якщо вони є, то такі матеріали повинні бути промаркованими та транслюватись у період часу з 23:00 по 06:00. Стаття 62

вказує на те, що журналісти не мають права розголошувати будь-які дані про неповнолітню особу, що стосується факту самогубства або можуть сприяти ідентифікації неповнолітнього правопорушника, якщо не отримано письмову згоду від батьків чи опікунів неповнолітнього [43].

У статті 11 ЗУ «Про інформацію» вказано, що ніхто не може збирати та поширювати конфіденційну інформацію про особу без її згоди. Але кожен має вільний доступ до інформації, яка його стосується [42].

Кожен, хто досяг віку 14 років, має право на звернення до суду за захистом своїх інтересів та прав. Про це йдеться у статті 18 Сімейного кодексу України. У статтях 154, 258 та 262 зазначається, що будь-який кровний родич по прямій лінії або опікун неповнолітньої чи непрацездатної особи має право без спеціальних та те повноважень звертатись до суду, органів влади, громадських організацій та місцевого самоврядування за захистом прав та інтересів дитини. А стаття 162 застерігає, що у разі самочинної спроби одного з батьків, без згоди іншого, змінити місце проживання дитини, зокрема шляхом її викрадення, суд має право негайно постановити рішення про повернення дитини та визначення покарання викрадачу. Дитина може не бути повернутою лише за умови, що її попереднє місце проживання є небезпечним для її життя та здоров'я [44].

У статті 30 Цивільного кодексу України зазначено, що людина вважається цивільно дієздатною тоді, коли усвідомлює наслідки своїх дій та може відповідати за прийняті нею рішення. Особа, що не досягла 14 років має часткову дієздатність, тобто може самостійно задовольняти свої побутові потреби та розпоряджатися невеликими сумами коштів, а також мати немайнові права на інтелектуальну власність та творчу діяльність. Але вона не несе відповідальності за вчинені нею правопорушення. Це передбачено статтею 31. У віці від 14 до 18 років неповнолітня особа також має часткову цивільну дієздатність, але вона вже може самостійно розпоряджатися своїми доходами, займатися підприємницькою діяльністю за згодою батьків чи опікунів, також вона не несе відповідальності за всі правопорушення. Про це йдеться у статті 32. А стаття 33 каже, що неповнолітня особа несе відповідальність за порушення договору, який вона

уклала самостійно або за згодою батьків чи опікунів. Але, у разі відсутності у неї коштів на покриття завданих збитків, додаткову відповідальність за її дії несуть батьки. У статті 35 йдеться, що повну відповідальність несе особа з 16 років, яка перебуває у шлюбі, працює за трудовим договором, займається підприємницькою діяльністю або отримала повну цивільну дієздатність за рішенням суду, органу опіки або на підставі письмової згоди батьків [29].

Відповідно до статей 226 та 227 Кримінально-процесуального кодексу України допит неповнолітньої особи здійснюється у присутності законного представника, психолога або педагога та лікаря за необхідності. Допит повинен тривати не довше, ніж дві години на день з перервою не рідше, ніж щогодинно. Також у всіх присутніх на допиті є право ставити уточнювальні запитання неповнолітній особі [16].

У своєму Загальному зауваженні № 10 про права дітей у правосудді у справах неповнолітніх Комітет ООН з прав дитини рекомендує зберігати конфіденційність щодо справ, де фігурують неповнолітні та не розкривати особистість дитини. Але, якщо справа резонансна і є об'єктом суспільного інтересу, то варто заблюрити обличчя дитини, змінити її голос за допомогою спецефектів та не називати її імені, щоб це не нашкодило їй у подальшому житті. Хоча бувають випадки, коли анонімність може нашкодити, адже за допомогою впізнаваності та розголосу можна врятувати життя дитині, яка була викрадена [13].

У статті 27 Директиви «Телебачення без кордонів» Європейського Союзу вказує на те, що забороняється трансляція та ретрансляція програм, що можуть зашкодити моральному та фізичному розвитку дітей, та містять сцени невинного насильства, у час, коли діти можуть перебувати біля екранів. Також про це йдеться у статті 7 Європейської Конвенції про транскордонне телебачення [35].

Отже, кожна дитина має право публічно виражати свої думки та погляди, мати доступ до інформації, що стосується безпосередньо неї та інформації, що сприяє її розвитку. Може вільно та безперешкодно збирати та поширювати

інформацію, що її стосується. Неповнолітні мають неповну цивільну дієздатність, тож не можуть нести повної відповідальності, а отже і покарання за свої вчинки. Неповнолітні не повинні брати участі у збройних конфліктах, а держава та батьки чи опікуни повинні забезпечувати їхню безпеку у разі загрози їхньому фізичному, психологічному чи моральному здоров'ю. При роботі з матеріалами про чи за участі дітей, журналісти повинні дотримуватись правил анонімності та конфіденційності, бо несуть часткову відповідальність за наслідки публікації матеріалу такого характеру. Але є випадки, коли, завдяки розголосу у медіа, можна врятувати життя дитини.

2.2. Правила та ризики роботи журналіста з особами, що не досягли повноліття

Перед тим як записувати матеріал з неповнолітніми, журналіст повинен враховувати всі ризики та ознайомитись з деякими правилами. Оскільки медійник після публікації несе часткову відповідальність за долю особи, що не досягла повноліття, то повинен дбати про моральне, психологічне та фізичне здоров'я дитини, як під час запису інтерв'ю, так і після нього.

Варто зауважити, що Комітет ВРУ з питань свободи слова та інформаційної політики рекомендує журналістам [41]:

1. Записувати програми за участі дітей в присутності психолога та юриста, що представлятимуть інтереси дитини.
2. Включати до своїх матеріалів на дитячу соціальну тематику коментарі правозахисників, психологів, педагогів або юристів.
3. Не втручатися в приватне життя неповнолітніх, якщо ця інформація не становить суспільного інтересу.
4. Приховувати обличчя дитини, її ім'я та прізвище, змінювати голос, не вказувати її місце проживання та навчання, якщо ця інформація зможе нашкодити їй або наразити на небезпеку. Особливо, якщо матеріал стосується висвітлення негативних подій в родині або житті самої дитини.

Також, відповідно до законодавства України та Кодексу етики журналіста, публікувати чи розголошувати будь-яку інформацію про дитину можна лише за згоди батьків чи інших законних представників неповнолітньої особи.

Міжнародна організація «Save the children» створила довідник для журналістів, які працюють з дітьми «Інтерв'ю з дітьми», де надала докладні інструкції з правилами вдалого інтерв'ю [33].

Основні принципи, описані в довіднику, можна схарактеризувати так:

1. Ставтесь з повагою до дитини, як і до будь-якого дорослого співрозмовника, бо це – основа вдалого інтерв'ю та професіоналізму журналіста.
2. Щоб краще зрозуміти дитину, варто поставити себе на її місце.
3. Щоб дитина почувала себе спокійно, потрібно пояснити їй, про що Ви будете у неї запитувати та з якою метою.
4. Не обіцяйте дитині винагороду взамін на інформацію.
5. Безпека дитини – понад усе, тому подбайте про локацію для проведення інтерв'ю, де будуть комфортні умови для спілкування.
6. Діти часто бояться говорити про пережите або їм важко виразити словами свої емоції. В такому разі, за можливості, варто взяти інтерв'ю у групи дітей, що мають схожий травматичний досвід. Таким чином вони перестають хвилюватися та допомагають одне одному розповісти про пережите.
7. Ніколи не можна передбачити точний час, який знадобиться для проведення інтерв'ю з дитиною, бо їй потрібно оговтатись від стресу (зйомка – це завжди стрес), зібратись з думками, побороти страх камери та почати довіряти інтерв'юеру.
8. Не вимагайте від дитини оперувати термінами та точними фактами і будувати правильні та логічні речення. Хай вона говорить так, як відчуває. Тоді інтерв'ю буде щирим та емоційним.
9. Журналіст повинен бути серйозним в кадрі, але в жодному разі не зверхнім. Тобто говорити про важливі речі, але простими і доступними для дитячого сприйняття фразами.
10. Питання, на які можна відповісти «так» або «ні», ставити не варто, адже

це не спонукає до діалогу і унеможливорює розвиток теми.

11. Якщо дитині страшно, неприємно чи незручно говорити про надто чутливу для неї тему – змініть тему на більш нейтральну.

12. Останнє враження не менш важливе, ніж перше. Тому, щоб дитина не перебувала в стресі після інтерв'ю, закінчуйте розмову на позитивній ноті та обов'язково подякуйте дитині за інформацію та приділений Вам час.

Громадська організація «Телекритика» у своїй пам'ятці для журналіста, що працює з дітьми закликає [41]:

1. В жодному разі не змушувати дитину, яка переживає шок від загрози життю чи насильства, детально описувати травматичний досвід.

2. Не змушувати дитину згадувати якомога більшу кількість деталей, бо так збільшується ймовірність повторного травмування психіки.

3. Якщо дитина саме не описує кривдника, то не варто просити її це зробити, бо ці спогади можуть переслідувати її все життя.

4. Не говорити з дитиною про смерть та всіляко уникати цієї теми, бо вона надто вразлива для дитячої психіки.

5. Не ставити дитині забагато запитань. Оптимальна кількість – одне-два запитання на кожні 15 хвилин.

6. Не проводити довгих інтерв'ю. Допускається тривалість спілкування не більше ніж дві години на день за умови перерви через годину після початку запису.

7. Цікавитись дитиною та її думкою, показувати, що вона важлива.

8. Спілкуватись на рівні очей дитини, щоб вона не відчувала дискомфорту.

9. Не змушувати дитину говорити, якщо вона того не хоче. Це її право, яке треба поважати.

10. Не оцінювати сказане дитиною та не виражати скепсис.

11. Не зберігати баланс думок у конфлікті, якщо це може нашкодити дитині.

12. Не перекладати свою відповідальність за захист дитини та наслідки, з якими вона зіткнулась після публікації матеріалу, на батьків чи опікунів, що дали згоду на оприлюднення контенту.

13. Не завдавати умисної чи неумисної шкоди фізичному, моральному чи психологічному здоров'ю дитини та не наражати її на небезпеку, навіть якщо батьки чи опікуни дали дозвіл на будь-які дії стосовно дитини.

Отже, під час роботи з дітьми журналіст повинен усвідомлювати, що несе відповідальність за фізичне, моральне та психологічне здоров'я дитини не лише під час запису матеріалу, а й після його публікації. Робити все, щоб якщо не уникнути, то хоча б мінімізувати негативні наслідки для неповнолітніх, після оприлюднення контенту за їх участі. Дбати про безпеку та комфорт дітей під час спілкування з ними та в жодному разі не спровокувати повторного травмування їх психіки. Журналіст повинен отримати письмовий дозвіл на проведення та публікацію матеріалів за участі дітей від їх батьків чи опікунів та обов'язково узгодити з ними остаточний варіант контенту.

2.3. Особливості висвітлення дитячої тематики після 24 лютого 2022 року в українських ЗМІ

Тема дітей та дитинства завжди була вкрай чутливою в медіа. Після повномасштабного вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 року у ЗМІ почала з'являтися інформація про дітей, що постраждали або загинули внаслідок російської агресії. А саме від обстрілів країни-терориста, від рук окупантів та від залишених ворогом вибухонебезпечних предметів.

Як писав у своїй статті Олександр Кошак «Образ окупанта російської агресії в Україні — публіцистичні роздуми» згадує страшні події в Бучі та описує все, що відчував, коли був в окупації: «Ненавидіти їх сильніше вже неможливо. Ми ненавидимо всіх, хто підтримав цю кровожерливу війну, хто промовчав, хто благословляв на злочини. Сусіди-росіяни підступно вкрали у громадян України весну, у дітей — дитинство, вкоротили віку півтори тисячі дітей» [14].

За даними Національного інформаційного бюро, від 24.02.2022 з території

України було незаконно вивезено майже 20 тисяч українських дітей. А за даними з відкритих джерел, озвучених РФ, станом на квітень 2024 року, депортовано 744 тисяч українських дітей. З них, як повідомляє Національне інформаційне бюро, вдалося повернути лише 388 [36].

Тож в рамках цього наукового дослідження ми вирішили проаналізувати наскільки повно та якісно на ютуб-каналах найпопулярніших українських ЗМІ висвітлюється тема дитинства під час війни та злочинів проти дітей. Для цього, за допомогою функції пошук по каналу за ключовими словами: діти, дівчинка, хлопчик, депортовано, повернено, всиновлення та похідними від них, було встановлено кількість матеріалів про загиблих дітей внаслідок російської агресії, тих, що зазнали травм від дій окупантів, викрадених дітей та тих, що вдалося повернути, дітей-волонтерів, дітей-переселенців та всиновлених дітей під час повномасштабного вторгнення. Результати аналізу подано у Таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Кількість матеріалів про дітей на ютуб-каналах українських ЗМІ

Ютуб-канал	Факти ICTV	ТСН	Громадське	Суспільне	5 канал	24 канал
Загибель дітей	143	62	2	31	83	121
Діти-постраждалі	146	79	9	37	95	138
Викрадення дітей	27	16	1	2	21	58
Повернення дітей	15	5	1	1	9	6
Діти-волонтери	32	24	1	8	17	27
Діти-переселенці	20	18	1	12	10	4
Всиновлення дітей	9	11	-	-	2	13
Загальна кількість матеріалів	392	215	15	91	237	367

Джерело: розроблено автором.

Отже, таблиця дає змогу зробити висновок, що найбільше матеріалів про

загибель дітей та долі дітей-постраждалих публікують Факти ICTV[50] та 24 канал[45]. Викрадення дітей активно висвітлює 24 канал. Про повернення дітей найбільше матеріалів у ФактівICTV та 5 каналу [46]. Сюжети про дітей-волонтерів регулярно з'являються на всіх каналах, крім Громадського [47] та Суспільного [48]. Мінімальна кількість матеріалів про дітей-переселенців на Громадському та 24 каналі. Найбільше висвітлюють тему всиновлення 24 канал та ТСН [49], а Громадське та Суспільне взагалі не випускають такий контент. Загалом найбільше матеріалів про дітей у ФактівICTV та 24 каналу, найменше – у Громадського.

Як бачимо, тема дітей та дитинства під час повномасштабного вторгнення Росії на територію України у медіа присутня, але не висвітлює проблему у повному масштабі. З нею дуже мало працює Громадське, яке позиціонує себе як незалежний медіаресурс, що немає власника, та Суспільне, яке повинно було кричати про злочини проти дітей, оскільки є загальнонаціональним суспільним мовником і вважається найбільш впливовим та офіційним джерелом інформації.

Висновки до розділу 2

Враховуючи те, що тема дітей у ЗМІ дуже чутлива, а робота з ними вимагає більших зусиль, оскільки неповнолітні не мають повної дієздатності, а отже не можуть повною мірою відповідати за свої слова та вчинки, то журналісти повинні ознайомитись з усіма законами, статутами та пактами, в яких йдеться про права дитини та правилами роботи з неповнолітніми.

За законами України, регіональними та міжнародними конвенціями дитина – це особа, яка підлягає особливому захисту. Вважається, що її психіка ще не сформована, а отже будь-яке потрясіння може нанести травму та негативно вплинути на її розвиток як особистості. Саме тому діти виносяться як окрема категорія, яка не повинна бачити сцени жорстокості та насильства, а тим паче переживати їх. В разі такого досвіду, їм повинна бути надана кваліфікована допомога лікарів, психологів та працівників соціальних служб. Неповнолітні не мають брати участь у збройних конфліктах, ба більше, їх повинні першочергово

евакуйовувати на більш безпечну територію, щоб їхньому життю та здоров'ю нічого не загрозувало.

Діти-жертви війни чи будь-якого насильства не повинні відчувати сильні негативні емоції ще раз, тому, щоб повторно не травмувати їхню психіку під час розмови про пережите, журналіст повинен дотримуватись певних правил. Медійники – не слідчі, для написання якісного матеріалу не треба випитувати у дитини всі подробиці і змушувати пригадувати жахіття в деталях. Достатньо описати ситуацію в цілому, дозволити неповнолітньому розповісти те, що він може або хоче і вже на основі цього створювати контент. Журналіст повинен забезпечити таку атмосферу, щоб дитина почувала себе комфортно та була впевнена, що перебуває у безпеці. Ставитися до неї з повагою, не перебивати, не підганяти та не применшувати її особистої трагедії, але і не варто гіперболізувати. Саме тоді матеріал буде «живим» та професійним. До того ж варто пам'ятати, що журналіст несе часткову відповідальність за наслідки для фізичного, психічного та психологічного здоров'я дитини як під час запису контенту, так і після його оприлюднення, навіть якщо батьки дали на це письмову згоду, після перегляду матеріалу.

В українських ЗМІ тема дітей та дитинства під час війни присутня, але висвітлюється недостатньо. Як показав аналіз контенту ютуб-каналів провладних, опозиційних та незалежних ЗМІ, найбільше уваги приділяється історіям про загибель дітей та їх травмування внаслідок збройної агресії РФ. Депортації та повернення неповнолітніх відслідковуються переважно приватними каналами. Краща ситуація з матеріалам про дітей-волонтерів та пристосування дітей-переселенців до нового місця проживання – їх публікують усі. Тема всиновлення взагалі не підіймається суспільним мовником та не репрезентована на громадському. Загальна кількість матеріалів про дітей на каналах – низька, але ситуація на приватних мовниках набагато краща.

РОЗДІЛ 3

СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ ДЛЯ ВЛАСНОГО ЦИКЛУ ВІДЕОМАТЕРІАЛІВ НА ПРАВОЗАХИСНУ ТЕМАТИКУ «ДІТИ ВІЙНИ»

3.1.

К

Концепція та унікальність ютуб-каналу «Діти війни»

Ютуб-канал «Діти війни» покликаний розповідати правду про війну в Україні через призму дитячого світосприйняття. Таким чином можна чітко прослідкувати, як бойові дії впливають на дитячу психіку та пояснює чому діти в Україні набагато старші за своїх однолітків, що не пережили всі жахіття збройної агресії. Також порушується тема допомоги війську дітьми- волонтерами, допомога дітям-переселенцям та сприйняття і осмислення дорослими долі дітей, які переживають повномасштабне вторгнення РФ. Для висвітлення цієї безумовно важливої теми не випадково обрано відеохостинг

«Ютуб», бо це – найпопулярніша платформа для транскордонної передачі інформації у відеоформаті.

Як показують опитування, проведені під час роботи над проєктом «Діти війни», люди за кордоном краще сприймають інформацію про резонансні події саме від студентських каналів, а не професійних новинних, бо всі ЗМІ так чи інакше заангажовані. Подача інформації залежить від редакційної політики, орієнтації медіа, цільової аудиторії та політичної ситуації в країні. В той час як студентський проєкт не залежить від думки політичних еліт, бо його аудиторія не настільки широка, як у загальнонаціональних чи регіональних мовників. Він не має інвесторів, тож контент не треба ні з ким узгоджувати. Таким чином маленькі канали, що тільки розвиваються привертають більше уваги закордонної аудиторії та викликають більше довіри. Саме це і є метою каналу «Діти війни» – розповідати світовій спільноті про події російсько-української війни, адже ті, хто не виїхав з України після 24 лютого 2022 року, прекрасно знають, що таке збройна агресія РФ і наскільки це страшно, особливо для дітей.

Назва «Діти війни» вибрана не випадково, бо відображає основну ідею каналу – показати війну очима дітей та тих, кому їхні долі не байдужі. Вона дублює назву офіційної платформи створеної Міністерством реінтеграції разом з Національним інформаційним бюро за дорученням Офісу Президента України, яка існує лише у вигляді інтернет-ресурсу, на якому подана вся інформація про кількість загиблих, поранених, зниклих, знайдених, депортованих чи примусово переміщених, повернутих дітей та постраждалих від сексуального насильства під час повномасштабного вторгнення РФ на територію України. Таким чином аудиторія може ознайомитись із невтішною статистикою перед переглядом відеоматеріалів, що розповідають про долі українських дітей, які пережили усі жахіття війни. Це підсилить ефект від побаченого та спонукатиме людей донатити на потреби ЗСУ, допомагати дітям, що опинились у біді та закликати до припинення збройної агресії РФ. Також створення ажіотажу навколо певної теми породжує суспільний інтерес, який стимулює медіа просувати її та говорити про неї на всіх рівнях.

Унікальність ютуб-каналу «Діти війни» полягає у тому, що це – єдиний канал, що фокусується на дитячій тематиці під час війни та орієнтований на дорослу аудиторію, переважно жінок, які перебувають у відносно безпечних регіонах України та за кордоном. Прямих конкурентів проєкт не має, але ця тема побіжно висвітлюється більшістю новинних каналів, проте цикл інтерв'ю з неповнолітніми про війну в Україні не робив жоден канал на ютубі.

Отже, ютуб-канал «Діти війни» можна сміливо назвати унікальним проєктом, що висвітлює події під час повномасштабного вторгнення РФ на територію України очима дітей та через призму світосприйняття тих, хто опікується їхніми долями.

3.2. Н аповнення та дизайн ютуб-каналу «Діти війни»

Основними кольорами каналу виступають чорний та жовтий. Саме таке поєднання ідеально відображає тематику контенту. Жовтий колір асоціюється з дітьми, дитинством та соціальною тематикою. Чорний – універсальний. Він

чудово поєднується з іншими кольорами та додає формальності, завдяки чому аудиторія розуміє, що йтиметься про щось серйозне.

Наявність логотипу дозволяє зробити канал впізнаваним та є ідентифікатором унікального контенту. Поєднання перших літер Д та В просте та добре запам'ятовується глядачам, що допоможе з впізнаваністю каналу серед інших новинних медіаресурсів. Завдяки тому, що в логотипі використано лише два фірмові кольори – жовтий та чорний, його можна підлаштовувати під дизайн обкладинки відео, міняючи місцями колір літер та фону.

Дизайн обкладинки розроблений за стандартами новинних інформаційних прев'ю в Україні. Логотип розташований у лівому верхньому куті. Знизу – текст, розміщений у два рядки, при чому верхній ряд з білою заливкою, а нижній – із жовтою. Це зроблено для акцентування уваги глядачів на важливішій інформації, яка зазвичай виділяється кольором, щоб одразу впадала в очі. Із фірмових кольорів було обрано лише жовтий, бо він яскравий та контрастний. Чорний зручно читати, але, враховуючи те, що текст буде накладено поверх картинки, це – не практично, бо буде зливатись, тому, для втілення задуму, білий підходить набагато краще. До того ж білий колір є нейтральним та поєднується з обраною палітрою.

Літери не повинні бути плескатими, тому кожна з них має невелику тінь – це додає об'єму і створює ефект глибини та багатшаровості. Розмір та стиль шрифту на ютубі стандартний, тож канал може виділятися лише дизайном тексту на прев'ю та в титрах у самому відео. Великий розмір шрифту дозволяє краще розпізнавати текст на картинці, а також його зручно читати з усіх гаджетів. Щоб текст не зливався з композицією, використана чорна градієнтна підложка, що затемнює картинку під написом, тим самим виділяючи його.

Герой матеріалу розміщений крупним планом у правому куті прев'ю, оскільки глядач одразу дивиться у правий бік і мозок автоматично виділяє розміщений там об'єкт як головний. Позаду персонажа додана тінь, щоб він був об'ємнішим та не зливався з фоном. Також як виділення використовується підсвітка та кольорове світіння навколо самого героя.

Фон відображає ситуацію, про яку йтиме мова у відео. Для зменшення контрасту і створення композиції з головними і другорядними деталями, на фон накладається затемнення. Таким чином ще сильніше виділяється герой матеріалу, а увага глядача не розпорошується. Проте, не варто забувати про драматичні деталі на обкладинці. Їх прийнято використовувати для посилення психологічного ефекту та передачі настрою. Це може бути деталь, про яку згадується у матеріалі або гра зі світлом та кольором. Ще однією фішкою дизайну можна назвати рамку затемнення, що додає впізнаваності та стилю.

Для кожної з рубрик дизайн відрізняється, але основні елементи, фірмові кольори та стиль збережено. Для обкладинок стандартних новинних сюжетів у жанрі репортажу використовується стандартний варіант оформлення: герой, ситуація, деталь. Інтерв'ю відрізняється тим, що на прев'ю зображується двоє: журналіст та гість, при чому гість у правому куті, бо саме він і є ключовою фігурою випуску, а журналіст – у лівому, оскільки виконує функцію ідентифікатора формату. Також для обкладинок такого типу допускається розміщення основних фігур (гостя та журналіста) у центрі композиції, але у такому випадку герой буде крупнішим та на передньому плані, а журналіст – меншим і трохи позаду. Це робиться для того, щоб не було зміщено фокус уваги аудиторії, бо вона йде на спікера.

Якщо гість інтерв'ю – медійна особа, то зображати журналіста на прев'ю не обов'язково, бо за тривалістю відео, яку глядач бачить у правому нижньому куті обкладинки, і так зрозуміло, що це за формат.

Всі заголовки оформлені в одному стилі: за формулою емоція + ключ. Оскільки глядач у стрічці ютубу бачить лише перших 5-7 (залежить від кількості символів) слів заголовку і головна мета – зацікавити, щоб він клікнув на відео, то емоції або цікаві факти – це саме те, на що люди реагують. Тож їх треба виносити наперед. Щодо ключа, то це скоріше для пошуку за ключовими словами та фразами. Таким чином можна охопити більшу кількість глядачів. Бо будуть переходи, як зі стрічки, так і за пошуковими запитам.

Опис теж підлаштовується під SEO. Його варто будувати за правилом

перевернутої піраміди, коли у перший рядок виноситься найголовніше та ключові запити. Потім вказуються другорядні деталі. Опис не повинен бути надто довгим, оптимальна довжина – до трьох абзаців. Зазвичай, глядачі його не читають, але він враховується алгоритмами ютубу. Завдяки можливості додати в опис декілька ключових фраз, за якими користувачі відеохостингу зможуть знайти певне відео, збільшується кількість його показів в розділі «Головне» та

«Рекомендоване», а також у кінцевих заставках схожих матеріалів інших каналів, а це можливість залучити певну кількість глядачів та збільшити показник CTR- для показів, що підвищить цінність каналу в очах рекламодавців. У відео тривалістю понад 15 хвилин бажано прописувати таймкоди. Це допоможе глядачам краще орієнтуватися в матеріалі та одразу переходити до тієї частини відео, яка їх цікавить. Кожен таймкод треба прописувати, як заголовок. Таким чином підвищується цікавість та збільшуються шанси на потрапляння відео у топ, завдяки просування за допомогою алгоритмів відеохостингу.

Оскільки тема каналу «Діти війни» – сприйняття збройної агресії РФ проти України через призму дитячого світосприйняття та історії тих, кому не байдужа доля дітей, які пережили жахіття війни, то контент поділений на кілька рубрик.

У рубриці «Дитячі історії» розповідаються історії дітей, які пережили російську окупацію. На каналі висвітлено нелегкий шлях хлопчика з Рубіжного, якому разом з мамою та бабусею довелося виїжджати з окупації у багажнику. 10-річний Павло Семиняка зустрів повномасштабне вторгнення на Луганщині. Хлопчика не лякали далекі вибухи, бо місто Рубіжне – недалеко від лінії фронту (колишньої зони АТО, а згодом ОСС). Коли снаряди почали долітати до населеного пункту і знищувати місто, його мама була на роботі і маломобільна бабуся не спускала хлопчика у підвал. Паша пересидів перші атаки в коридорі за двома стінами. Люди не хотіли виїжджати, вони не вірили, що війна надовго. Всі сподівалися, що буде як у 2014 році: постріляють і відійдуть, але їх сподівання не справдились.

Вже за два тижні не стало комунікацій. Пів міста розбомблено, а люди живуть у підвалах та шкільних бомбосховищах. Як згадує пані Лариса, мама

Паші, всі сиділи в укритті, навкруги все горіло та вибухало. Їжу готували на вогнищі у дворі школи, воду приносили в ті рідкісні моменти, коли стихали обстріли, інакше можна було вийти і не повернутися. Мешканці сусідніх будинків допомагали з їжею – віддавали консервацію і приносили хліб, але такі акції відбувалися далеко не кожного дня. Проте перебування у бомбосховищі було складнішим для дорослих, ніж для дітей.

Як казав сам Паша: «Коли ти у бомбосховищі, то ти розумієш, що перебуваєш у безпеці». Діти грали в настільні ігри, малювали на стінах та співали. «Не малювали тільки Україну, бо якби це побачили росіяни, то... це було б погано», - розповідає хлопчик. Пані Лариса ж переконана, що дорослим було гірше, бо боялися за дітей та думали про майбутнє.

За два тижні нерви почали здавати і родина Семяняк вирішує виїхати з міста. Вони знайшли жінку, яка погодилась вивезти їх у Старобільськ, де жив її знайомий, але є одне але: місць у машині на всіх не вистачало, тож маломобільна бабуся їхала у салоні, а Паші з мамою довелося лізти у багажник. До місця дістались без пригод. А вже зі Старобільська родина автобусом рушила до Києва. Як пізніше дізналась пані Лариса, їхній автобус був останнім, якому вдалося виїхати із Старобільська – наступний розстріляли.

Нині родина проживає в Обухові, що на Київщині. Паша ходить до школи, займається з психологом та відвідує заняття з бойового гопака, бо хоче бути справжнім козаком як виросте.

Дівчинка Іра з Краматорська вже вдруге зустрічає війну та вимушена покидати дім, через ворожі обстріли. Її історія не така яскрава, як у Паші, адже в окупації вона була – встигла виїхати. Проте її подруга мала виїжджати з міста тим самим сумнозвісним евакуаційним рейсом, коли у вокзал влучила російська ракета. Дівчину врятувало диво, адже вона запізнилася на маршрутку і не встигла на потяг. В той день загинула відома українська письменниця Вікторія Амеліна.

Як згадувала Іра, Амеліна сиділа в її улюбленому ресторані, де дівчина з родиною святкувала усі визначні події у своєму житті. Іра не читала новини,

після виїзду з Краматорська, зізнається, боялася запам'ятати місто спаленим та розбомбленим, але в той день, коли сталася катастрофа, рука сама потягнулась до телефону. Стрічка інстаграму була переповнена жахіттями з рідного міста.

Ще з 2014 року дівчина боїться людей у формі, бо підсвідомо відчуває небезпеку та очікує на початок бойових дій. А все через те, що десять років тому російські війська заходили у Краматорськ та творили безчинства.

Наразі Іра перебуває у безпеці, живе у Києві, студентка навчається на журналіста, щоб висвітлювати суспільно важливі теми та боротися за справедливість.

Розділ «Волонтерство» присвячений допомозі Збройним силам України та дітям-переселенцям. Розповідається історія школяра Андрія Дяченка, який грою в шашки зібрав майже 200 тисяч гривень для допомоги нашому війську і має власну колекцію нагород за свою волонтерську діяльність. Він з початку повномасштабного вторгнення виходив на вулиці Києва з табличкою «Граємо – ЗСУ допомагаємо» та шашками. Дорослі охоче сідали за стіл з малим та, звісно, програвали чемпіону і донатили ЗСУ.

Своєю історією про створення унікальних проєктів для збору коштів на відбудову зруйнованого житла українців, потреби ЗСУ, реабілітацію бійців та підтримку родин з дітьми, які вимушені тікати від війни за кордон, щоб вберегти своє життя та здоров'я, поділився відомий український журналіст, волонтер, теле- та радіоведучий і за сумісництвом викладач кафедри журналістики ФМВ НАУ Володимир Бірюков. Він розповів про підтримку дітей за кордоном, збори приурочені до свят та радисть від подарунків. Згадав про те, як на початку повномасштабного вторгнення працював фіксером для іноземних видань, щоб якомога більше людей дізналось про страшні події в Україні. Він одним із перших приїхав у деокуповану Бучу, ходив руїнами Гостомеля, Ірпеня та Бородянки, спілкувався з людьми, які пережили справжнє пекло на землі. Володимир Бірюков обіцяє написати книгу про героїчний спротив українців російській навалі, але каже, що це вже буде після нашої перемоги. Там будуть і радисть, і біль, і сльози, справжня трагедія, яка закінчиться бажаним миром та

повернення наших захисників та захисниць із фронту.

Перебуваючи в Латвії, Володимир Бірюков мав дивну, але дуже важливу місію – стати своїм серед чужих. Зробити так, щоб кожен знав його в обличчя. Це робилося для того, щоб його запрошували на якомога більше заходів, на яких він міг би розповідати про війну в Україні та збирати гроші на потреби війська. План реалізувати вдалося і от Володимир Бірюков разом зі своїм латвійським колегою створили застосунок «Stopify», де кожен може оформити місячну підписку як у всесвітньо відомій програмі «Spotify», але не для прослуховування музики, а для відбудови України. У рекламному ролику він промовляв до латишів: «Моя країна така ж незалежна, як і ваша, але у нас цю незалежність намагаються забрати» і щоб не допустити цього потрібна постійна фінансова підтримка з боку всього світу. Тож щомісячний донат за ціною чашки кави для людини – дріб'язок, а для країни, в якій йде війна і постійно треба закривати збори – справжнє диво, бо кожна гривня рятує життя. Ця платформа працюватиме доти, доки не закінчиться війна. Також йому вдалося зібрати чотири мільйони євро для допомоги дітям переселенцям у Латвії. На ці гроші закупили різдвяні подарунки: шкільні парти, планшети, книги, іграшки, канцелярію – усе, чого не було в українських дітей для отримання якісної освіти за кордоном.

У розділі «Мистецтво під час війни» висвітлено історію Сергія Горяйнова, хлопця з Маріуполя, який втратив дім, друзів та близьких. Він розповів про свого друга-героя, що ціною свого здоров'я витягнув з-під завалів маленьку дівчинку. Він втратив обидві ноги та не зміг врятувати своїх батьків, бо їх завалило у підвалі однієї з маріупольських багатоповерхівок. Всі ці жахливі спогади та емоції Сергій перетворив на мистецтво. Він створює прекрасні музичні твори, які ніколи не дадуть забути, що таке війна і наскільки жорстокою та несправедливою вона буває. Його перша робота називається «Завтра не буде ніколи». У ній є такі рядки, що болем відізвуться у серці кожного українця. Він пише: «Я бачив, як з неба падали зорі на людей». Цією сильною фразою можна описати знищення колись прекрасних та квітучих міст.

Рубрика «Врятуйте дітей» присвячена темі вивезення дітей з небезпечних регіонів, життю в умовах окупації та порадам для батьків, чії діти були примусово депортованими на територію РФ та Білорусі. Експерт Української морської незалежної профспілки, Кримськотатарського ресурсного центру, фонду дослідження та підтримки корінних народів Криму, експерт ad hoc ОБСЄ, Ради Європи та Minority Rights Group International, завідувач сектору Інституту законодавства Верховної Ради України, представник президента України Петра Порошенка в Автономній Республіці Крим (2017-2018) Борис Бабін дав поради як повернути незаконно вивезену на територію РФ чи Білорусі дитину з України. Він розповів, куди треба першочергово звертатися та з якими документами. Розібрав життєві варіанти поводження росіян з дітьми в окупації та порадив батькам якомога швидше вивозити дітей з небезпечних зон. А також розібрав випадок незаконного вивезення одним з батьків-громадян країни агресора дитини на територію РФ без згоди іншого з батьків з умови, що вони не розлучені і мають рівні права на виховання та опіку над дитиною.

Доцент кафедри журналістики ФМВ НАУ, кандидат наук із соціальних комунікацій, журналіст, бучанець Олександр Кошак розповів про жахіття, що відбувалися в Бучі під час її окупації російськими військами. Він пригадує як вулиці були всіяні тілами мирних мешканців, а окупанти не жаліли навіть дітей, розстрілюючи їх посеред білого дня. Люди не мали змоги вийти з будівель, не озираючись навсібіч. Магазини розграбовані, доступу до ліків немає, навіть вода була не у всіх. Бучанцям доводилось використовувати технічну воду та топити сніг.

Все почалося з того, що мешканці Бучі побачили клуби чорного диму, що насувався на місто. До них долинали звуки пострілів та боїв. Російський десант намагався висадитись на аеродромі у Гостомелі. Ворожі танки заїхали у Бородянку і перли на Ірпінь та Бучі, стріляючи навсібіч. Окупанти боялися партизанів, знали, що їх ту не чекають, тож не було пощади ні для кого.

Відважні бучанці створили блокпост, де готувалися зустрічати ворогів, чоловіки запасалися коктейлями Молотова але, на жаль, новоспечених

тероборонівців розстріляли на місці. Російські снайпера позасідали на верхніх поверхах нових будинків в районі Варшавської траси і звідти розстрілювали мирних мешканців Бучі мов у тирі. До того ж окупанти влаштували справжню катівню, куди приводили всіх, кого підозрювали у зв'язках із ЗСУ чи вважали партизанами.

Олександр Кошак пригадує, що його сусідка ходила провідувати свою маму. Її шлях пролягав через вулицю Яблунську і от, коли вона повернулась, то сказала: «Я ледь не посивіла». Кругом лежали бездиханні тіла цивільних, вулицями їздили танки.

Коли померла матір водія автобуса, то чоловік вирішив покласти тіло в авто і відвезти на кладовище, щоб поховати по-людськи. Коли про це дізнались його сусіди, то почали зносити в автобус тіла загиблих, але він так і не зміг рушити. Росіяни заблокували виїзд і не дозволили хоронити людей. Тіла померлих ще два тижні лежали у покинутому автобусі.

Рашисти так боялися, що їхні позиції здадуть воїнам ЗСУ, що зупиняли навіть дітей і просили показати телефони. Якщо знаходили фото на фоні техніки – розстрілювали відразу.

Життя без світла, їжі та питної води спонукало до виїзду з окупації, але їхати без зеленого коридору було занадто небезпечно. Проте, деякі сміливці наважувались евакуюуватись самостійно і у когось це виходило.

Олександр Кошак розповів, що коли він виїздив останнім евакуаційним коридором. Перед російським блокпостом виднілись перекинуті дитячі візочки та розстріляні машини з білими стрічками та написами «Діти». Евакуаційний кортеж зупинив військовослужбовець РФ. На вигляд він був не дуже: сам замурзаний, одяг з чужого плеча, зате з автоматом у руках. Їхню машину відпустили і вона благополучно виїхала з Бучі.

Отже, навіть цих свідчень про злочини російських окупантів під час повномасштабного вторгнення РФ на територію України вистачить для того, щоб російське керівництво та виконавці злочинних наказів Путіна понесли справедливе покарання.

3.3. Розміщення відеоматеріалів на правозахисну тематику «Діти війни» на платформі «Ютуб» та просування контенту

Оскільки правозахисна тематика включає в себе розповіді очевидців трагедій та свідчення постраждалих, то відповідно на відеохостингу «Ютуб» вона маркується як контент 18+ або як потенційно неприйнятний контент для більшості рекламодавців, бо містить сцени насильства, відразливий контент, згадки про події пов'язані зі смертю та війною, що покликані викликати у глядача емоційну реакцію, а отже обмежується монетизація та зменшується коло користувачів платформи, які можуть переглянути відео.

Щоб запобігти потраплянню відеоматеріалів в нішу потенційно непридатного та контенту, що може шокувати та негативно вплинути на психіку, варто вдатись до певних прийомів монтажу та бути обережним з використанням певних слів. Алгоритми ютубу визначають слова «війна», «смерть», «кров»,

«труп», «загиблій», «розстріл», «вбивство», «рашист», «свинособака», «кацап» і подібні, як потенційно небезпечні, тому, якщо вони трапляються у відео частіше, ніж два рази на кожні п'ять хвилин, то їх краще зафіксувати. Кадри з кров'ю, трупами, частинами тіл та моменти стрільби по людях краще не показувати, але якщо без них не обійтись, як це буває з документальним та новинним форматом, то їх треба блюрити. В описі, заголовку, тегах та хештегах таких слів краще уникати або писати через спеціальні символи. «I» можна замінити на «!», а голосну в корені слова «*». Головне не використовувати «#», бо так ютуб вважає, що користувач додав хештег і все, що написано після символу без пробілів виділятиметься синім і автоматично створюватиметься гіперпосилання. Та не ставити «@», оскільки таким чином відзначається акаунт користувача. У написі на прев'ю краще не ризикувати і взагалі не використовувати ці слова, бо модерація картинок набагато прискіпливіша.

Щоб канал не заблокували за порушення авторських прав на використання музики, відео та зображень, необхідних для ілюстрації ситуації, їх треба брати на стоках та у відкритих архівах або ж з офіційних джерел. Якщо потрібного відео немає, то щоб не було позовів до суду з проханням видалити контент, варто

домовлятися з каналами і просити дозвіл на використання їхніх матеріалів. В разі використання невеликого шматочка відео тривалістю до хвилини і без ексклюзивної інформації (мається на увазі місцевість, загальні плани, деталі, відсутність спікера в кадрі) на свій страх і ризик можна взяти матеріал, але підписати звідки він. Це знизить шанси на те, що редакція заявить про крадіжку їхнього контенту, бо є посилання на першоджерело, але гарантії, що все буде добре немає.

Відповідно до нових правил відеохостингу «Ютуб», якщо користувач отримує попередження про порушення правил спільноти, то на нього накладаються певні обмеження, в разі повторного порушення поки триває дія першого – канал блокується і буде недоступним для глядачі протягом деякого часу. Якщо на каналі три порушення, то весь контент видаляється, які і відео інших користувачів, де є відмітка цього каналу, а сам канал блокується. Найбільш серйозним порушенням є порушення авторського права. Контент з порушенням можуть видалити навіть за наявність трьох секунд чужого відео, якщо його автор подасть відповідний позов та контент захищений ліцензією. Це також стосується музики, звуків, звукових ефектів, зображень, формату, стилю оформлення, стилю монтажу та манери подачі інформації.

Щоб контент не потрапляв у в нішу потенційно непридатного та контенту навіть після його правильного оформлення, варто прописати в описі до відео, що відео публікується виключно з документальною метою, щоб доносити правду про воєнні злочини країни-агресора. Цим матеріалом ми не хочемо шокувати людей: головна мета сюжету – висвітлення правди про війну в Україні. У відеоролику показані наслідки російської агресії в Україні. Ролик нікого не закликає до дій і орієнтований на повнолітніх глядачів. Після цього самостійно обмежувати монетизацію та вказувати, що відео містить події делікатного характеру, тобто створене з метою емоційно повпливати на глядача розповідями про війну. Щоб модератори відеохостингу «Ютуб» повернули відео повну монетизацію та зняли всі обмеження, треба подати відео на повторну перевірку, підтвердивши, що воно не порушує жодних правил спільноти. Повторна

перевірка проводиться вручну модераторами, бо так контент оцінюють лише алгоритми платформи. Якщо відео новинного характеру і в описі є контекст та з самого матеріалу зрозуміло, що є певна історія, а не просто сцени насильства, то з високою ймовірністю обмеження знімуть. Якщо ж модератор вважатиме, що відео занадто шокує або там забагато сцен, що можуть нашкодити психіці глядачів, то обмеження залишаться, але рівень довіри до каналу не впаде, а отже обмеження одного матеріалу не вплине на просування інших відео алгоритмами відеохостингу.

Для вдалого просування контенту треба перевіряти релевантність слів та словосполучень у заголовку. З цим можуть допомогти сервіси «Гугл трендс» та

«VidIQ». Вони аналізують контент в мережі та оцінюють ефективність використання тих чи інших слів. Для вдалого просування та пошуку за хештегами варто використовувати назву каналу, назву проєкту та тему матеріалу. Якщо під відео стоїть більше, ніж 5 хештегів, то алгоритми відеохостингу «Ютуб» вважатимуть його спамом і не пропонуватимуть користувачам. Те ж саме можна сказати і про теги. Їх не повинно бути занадто багато. Якщо максимально дозволена кількість символів 500, то оптимальний варіант заповнення поля – 250-350 символів. Винятком є екстрені новинні матеріали, де розповідається про наслідки обстрілів, бо мале просування через первинні алгоритми компенсується пошуковими запитами, просуванням через кінцеві заставки схожих відео іншого каналу та популярності теми конкретного відео.

Для просування контенту власного каналу через свої ж відео можна використовувати інформаційні картки та кінцеві заставки з двома елементами. Таким чином, подивившись відео, людина з більшою ймовірністю клікне на запропоноване в кінцевих заставках. Ніж піде у розділ рекомендоване. Але є нюанс: відео з кінцевих заставок повинно бути на ту ж тему, що й переглянуте або містити ексклюзивну інформацію. Щодо інформаційних карток, то їх в ідеалі має бути 3-4, щоб глядач, якщо йому набридне матеріал. Перейшов за підказкою на наступне, не перемикаючи канал. Якщо терміново треба збільшити кількість

переглядів на певному відео, то за допомогою аналітики визначається пікова точка та точка спаду цікавості глядачів на кожному з останніх та топових відео каналу. За хвилину до точки спаду додається інформаційна картка із закликом до переходу на потрібне відео та фотокартка із клікабельним текстом та яскравою картинкою для переходу. Таке поєднання збільшує шанси на те, що глядач, який і так хотів вимкнути відео, з чистою совістю перейде до більш цікавого (пропонованого) матеріалу. Якщо точка пікової цікавості знаходиться на самому початку відео, а потім іде різкий спад, то краще поставити інформаційну картку із зображенням за 30 секунд після пікової точки.

Також дієвим способом самореклами є шортси та пости у спільному. У шортсі подається найцікавіший або найемоційніший момент із відео. Що має зацікавити глядача, щоб він захотів подивитися повне відео. Обов'язковою є прив'язка шортса до відео, бо глядач лінивий і не буде самостійно шукати на каналі потрібне відео. Також можна робити анонси до відео у вигляді шортсів та постів у спільноту. Для залучення глядачів до взаємодії з контентом, у спільноті можна робити опитування текстові та з картинками, нагадувати про відео цікавими зображеннями з клікабельними написами та цікавими заголовками, а також писати виключно текстові пости.

Отже, просувати контент можна за допомогою самореклами та алгоритмам відеохостингу. Головне, щоб контент не порушував правила спільноти, картинка була яскравою, а заголовок включав в себе емоцію та пошуковий запит.

Висновок до розділу 3

Ютуб-канал «Діти війни» є унікальним проєктом, оскільки це – єдиний канал в Україні, який висвітлює виключно дитячу тематику під час війни. Тут зібрані історії дітей, які пережили жахи російського вторгнення та свідчення тих, кому доля цих дітей не байдужа. В центрі уваги проблема повернення в Україну дітей, яких Росія примусово депортувала на територію РФ та Білорусі. Надаються конкретні поради з приводу того, як повернути дитину додому та як не допустити її викрадення. Також показані історії пов'язані з волонтерством

дітей та для дітей.

Просування контенту відбувається переважно завдяки алгоритмам відеохостингу «Ютуб», які враховують категорію контенту, цікавість аудиторії до теми відео, клікабельність заголовку, наявність ключів та ключових фраз у заголовку та описі, привабливість прев'ю, кількість хештегів та тегів, рентабельність тегів та оцінку від модераторів спільноти. Але важливим моментом є самопросування завдяки проставленню двох елементів у кінцеві заставки, наявність інформаційних карток у відео та створення шортсів і постів у спільноту, що будуть підігрівати інтерес аудиторії.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження ми дійшли таких висновків:

1. 15 січня 1885 року вважається днем зародження відеоформату. З самого початку була можливість лише транслювати інформацію у прямому ефірі прямо зі студії. Згодом люди навчилися записувати та редагувати відеоматеріали. Наразі вінцем творіння людини є штучний інтелект та віртуальна реальність, за допомогою яких створюється та доповнюється цифровий відеоконтент. Телебачення стало не лише способом швидкої передачі інформації, але й важливим чинником формування культури та світогляду цілих поколінь.

2. Найбільш поширеним інформаційним жанром новинної журналістики справедливо вважається репортаж. Він занурює глядача в атмосферу дійства, оперативно та доступно інформує населення про цікаві, корисні та важливі події, а також показує шляхи вирішення поширених соціальних проблем завдяки сторітелінгу. Ще одним, безумовно, важливим та не менш популярним жанром є інтерв'ю. Воно дозволяє оперативно передавати інформації від експерта, політичного чи громадського діяча до аудиторії. За допомогою цього жанру суспільство може не просто отримати інформацію, а й дізнатися ставлення спікера до тієї чи іншої проблеми, дізнатися якусь особисту інформацію про публічну людину та зробити свої висновки щодо неї. У сучасному демократичному суспільстві за допомогою інтерв'ю-полілогу відбуваються публічні політичні дебати та дискусії.

Монтуються новинні матеріали за певним шаблоном. Всі кадри повинні бути логічними, послідовними у викладі історії та динамічними. Кожен кадр повинен нести смислове навантаження та розкривати важливу деталь. Плани мають плавно змінюватись, щоб не було видно стиків, бо монтаж інформаційних жанрів не передбачає жодних спецефектів на переходах. Використання спецефектів та штучного інтелекту допускається лише для моделювання

реальних ситуацій, які вкрай складно або ж неможливо втілити в реальному житті, створення інфографіки та для заміни зеленого фону в студії за спиною ведучого.

Правила створення інтерв'ю та репортажі за участю неповнолітніх технічно не відрізняються від усіх інших, але є певні нюанси під час роботи журналіста з дітьми. Неповнолітні не мають повної дієздатності, тож не можуть повною мірою нести відповідальність за свої слова та вчинки, тож журналісти несуть часткову відповідальність за життя та здоров'я дитини, після публікації матеріалу за її участю, навіть якщо батьки чи опікуни дали дозвіл на публікацію контенту.

3. Щоб журналіст не був притягнутий до кримінальної відповідальності, він повинен ознайомитись із правилами роботи з дітьми та всіма рекомендаціями. Діти-жертви війни чи будь-якого насильства не повинні ще раз переживати ці емоції, оскільки цей травмуючий досвід негативно вплинув на їхню психіку і будь-яка негативна згадка може призвести до повторного травмування. Не можна змушувати дитину говорити про те, що вона не хоче, варто попіклуватися про її комфорт та безпеку під час запису інтерв'ю та мінімізувати можливі негативні наслідки від публікації за її участю. Пояснити, що відбуватиметься під час інтерв'ю та навіщо його брати. Це робиться для того, щоб у дитини не було травми після спілкування з пресою та не погіршити її стан. Варто називати речі своїми іменами, не применшувати значимість трагедії, але й не гіперболізувати її. Пам'ятати, що дитина – це такий повноцінний співбесідник та ставитись до неї з максимальною повагою.

4. Як показує аналіз контенту найпопулярніших українських новинних ютуб-каналів, що мають різні політичні погляди та джерела фінансування, тема дітей та дитинства висвітлюється недостатньо. Найбільше матеріалів присвячено загибелі та травмуванню дітей внаслідок повномасштабного вторгнення РФ. Помірна кількість матеріалів про дітей-волонтерів. Висвітлюються викрадення та повернення дітей. Найменше уваги приділяється дітям-переселенцям та дітям-сиротам. Приватні провладні та опозиційні канали публікують набагато більше

матеріалів на тему дітей та дитинства під час війни, ніж у суспільного мовника та незалежного громадського медіа.

5. Ютуб-канал «Діти війни» – це єдиний канал в Україні, який висвітлює виключно тему дітей та дитинства під час війни. Тож концепція – унікальна. Фірмові кольори: жовтий та чорний, що вказує на соціальну тематику новинного спрямування за участю неповнолітніх. Всі прев'ю створені за композиційними стандартами новинних проєктів в Україні. Для написання заголовків обрана формула емоція/сенсація/цікавий факт + ключовий запит. Описи короткі та містять ключові фрази за темою матеріалу.

Канал має рубрики за темами відео: історії дітей, які пережили жахи російського вторгнення та свідчення тих, кому доля цих дітей не байдужа. Волонтерська діяльність з метою збору коштів на потреби дітей, які постраждали внаслідок збройної агресії РФ та історії дітей-волонтерів, які збирають кошти для ЗСУ у незвичний спосіб. Мистецтво під час війни, яке творять неповнолітні та рубрика «Врятуйте дітей», де надаються поради, як допомогти дітям не потрапити в окупацію та повернути їх з російського полону.

Контент просувається переважно завдяки алгоритмам відеохостингу «Ютуб», що оцінюють якість та відповідність контенту відповідно до правил спільноти «Ютуб», релевантності тегів та хештегів, кількості та якості ключових запитів у заголовку та описі, привабливості прев'ю, популярності теми відео та вподобань цільової аудиторії. Допоміжним інструментом для просування контенту можна назвати наявність двох елементів у кінцевих заставках до кожного відео, інформаційних карток та підв'язаних шортсів з найцікавішими моментами, що покликані зацікавити глядачів та змусити їх переглянути повне відео.

Отже, тема дітей та дитинства під час повномасштабного вторгнення РФ на територію України висвітлюється недостатньо, тож головною метою ютуб-каналу «Діти війни» є поширення інформації про ситуацію в Україні, допомога українським дітям, що постраждали від війни та залучення міжнародних організацій до повернення українських дітей з російського полону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурдіна Е. О. Інфотейнмент як соціокомунікативне явище в сучасних українських інформаційнопубліцистичних телепроектах : дис. к. н. соц. ком.: 27.00.04 / Львівський національний університет ім. Івана Франка. Львів, 2017. 257 с.
2. Владимиров В. М. Вступ до спеціальності «Журналістика» [Текст] : навч. посібник. Міжрегіональна академія управління персоналом. Київ: МАУП, 2007. 166 с.
3. Горевалов С. І., Десятник Г. О. Вступ до спеціальності кіно-, телемистецтво : навч. посібник. Київ : КНУ, 2014. 132 с.
4. Горпенко В. Г. Виразальні можливості монтажу. Київ: Київ. держ. ін-т театрального мистецтва імені І. К. Карпенка-Карого, 1999. 59 с.
5. Горпенко В. Г. Монтаж: Кіно. Телебачення. Київ: ІНЕМ, 2011. 272 с.
6. Горпенко В. Г. Сюжетотворчі можливості монтажу. Київ: Київ. держ. ін-т театрального мистецтва імені І. К. Карпенка-Карого, 1999. 62 с.
7. Гофман І. Аналіз фреймів: есе про організацію повсякденного досвіду. Маріуполь: Інститут соціології РАН, 2004. 98 с.
8. Гоян В. В. Екранність телевізійної мови як приклад пропорційної взаємодії візуально-вербальних образів телекомунікації. *Стиль і текст*. 2007. Вип. 7. С. 24–32.
9. Довженко Б. В., Тимофіїва Я. Ю. Цифрові технології як засіб творення нової екранної реальності. *World science*. 2020. № 4. С. 21–27.
10. Закон України «Про охорону дитинства» // *Відомості Верховної Ради*. 2001. №30. С. 142 – 150.
11. Закусило М. М., Найдьонова Л. А., Дорош М. А.: Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил. Спеціальний звіт. Київ: ГО «Телекритика», 2016. 48 с.

12. Здорова В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
13. Конвенція ООН про права дитини, видана за підтримки Представництва ЮНІСЕФ в Україні. Київ, 2006. 32 с.
14. Кошак О. М. Образ окупанта російської агресії в Україні — публіцистичні роздуми // *Авіація в ХХІ столітті - Безпека в авіації та космічні технології: матеріали X Всесвітнього конгресу*. Київ: НАУ, 2022. С. 6.2.144 — 6.2.147.
15. Кривошея Г. П. Журналістика: методологічні аспекти літературної праці. Київ: КиМУ, 2003. 302 с.
16. Кримінально-процесуальний кодекс України // *Відомості Верховної Ради*. 2018 №36. 67 с.
17. Куляс І. В. Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення, професійна етика журналіста-інформаційника / І. В. Куляс, О. Р. Макаренко. Київ: МГО Інтерньюз Україна, 2006. 120 с.
18. Лаврик О. В. Основи журналістики: Навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. 73 с.
19. Лісневська А. Л., Коженівська Т. О. Мистецтво телевізійного репортажу. Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 190 с.
20. Літінська Н. В. Телебачення як інструмент трансформації свідомості сучасної людини. Грані: *Науково-теоретичний альманах*. 2019. 22(6). С. 31-41.
21. Методичні поради до роботи над репортажем (за матеріалами книги Й. Бех-Карлсена «Бути свідком: репортаж як метод і жанр»). Львів, 193. 53 с.
22. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
23. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 234 с.
24. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики: Навчальний

посібник. Київ: Національний авіаційний університет, 2009. 124 с.

25. Організація телевізійного виробництва: конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 6.050803 Акустотехніка/ В. С. Лазебний, В. М. Бакіко, О. О. Омелянець; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.

26. Петренко С. І. Шаблонний відеомонтаж як ознака інформаційної телепрограми. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія. Мистецтвознавство*. 2018. №38. С. 21–31.

27. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет. Київ: Києво-Могилянська академія. 2008. 407 с.

28. Холод О. М. Основи тележурналістики : курс лекцій [авт. та укл. Холод О. М.; автори: Дмитровський З. Є., Шаповал Ю. І. Київ: КиМУ, 2012. 121 с.

29. Цивільний кодекс України. Проект від 25 серпня 1996 р. // *Українське право*. 1996. № 2. С. 31–523.

30. Чорна К. П. Інфотейнмент у телемистецтві України початку ХХІ століття : дис. ... к. мист. : 26.00.01. / Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2021. 222 с.

31. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник. Київ: Києво-Могилянська академія, 2007. 240 с.

32. Baudrillard J. *Simulacra and Simulations Selected Writings*, ed. Mark Poster Stanford; Stanford University Press, 1988, pp.166-184.

33. McCrum, S. & Bernal *Interviewing Children: A Training Pack for Journalists*. London: Save the Children UNICEF. P. 1994. P. 45.

34. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. By Marshall McLuhan. Toronto: University of Toronto Press, 1962. Pp. 294.

Електронні ресурси

35. Директива Європейського Союзу «Телебачення без кордонів» 1989 р., оновлена 1997р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_013-

18#Text (дата звернення: 14.04.2024).

36. Діти війни. Платформа створена Міністерством реінтеграції разом з Національним інформаційним бюро за дорученням Офісу Президента України URL: <https://childrenofwar.gov.ua/> (дата звернення: 06.05.2024).

37. Європейська конвенція про транскордонне телебачення зі змінами, внесеними Протоколом від 9 вересня 1998 року, ратифікована з заявою та застереженням Законом № 687-VI від 17.12.2008 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_444#Text (дата звернення: 14.04.2024).

38. Керівні принципи Комітету міністрів Ради Європи щодо правосуддя, дружнього до дітей : Акт Комітету міністрів Ради Європи від 17.11.2010. URL: <https://rm.coe.int/16804c2188> (дата звернення: 14.04.2024).

39. Конституція України. Верховна рада України. Київ: 1996. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 14.04.2024).

40. Полтавське видання Kolo.news згенерувало ШІ-ведучу для озвучення новин URL: <https://ms.detector.media/internet/post/34430/2024-03-14-poltavske-vydannya-kolonews-zgheneruvalo-shi-veduchu-dlya-ozvuchennya-novyn/> (дата звернення: 02.04.2024).

41. Практикум із журналістської етики : навчальний посібник. Київ, 2012. 320 с. Кодекс етики / Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 14.04.2024).

42. Про інформацію : Закон України від 16 липня 2020 р. № 2657-XII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 14.04.2024).

43. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 23 липня 2020 р. №3

44. Сімейний кодекс України: Закон України від 10.01.2002 р. № 2947-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2947-14/stru#Stru> (дата звернення: 14.04.2024).

45. Ютуб-канал «24 канал» URL: www.youtube.com/@news24tvua (дата звернення: 20.04.2024).
46. Ютуб-канал «5 Канал» URL: www.youtube.com/@5kanal (дата звернення: 20.04.2024).
47. Ютуб-канал «Громадське» URL: www.youtube.com/@hromadske_ua (дата звернення: 20.04.2024).
48. Ютуб-канал «Суспільне» URL: www.youtube.com/@SuspilneNews (дата звернення: 20.04.2024).
49. Ютуб-канал «ТСН» URL: www.youtube.com/@tsn (дата звернення: 20.04.2024).
50. Ютуб-канал «Факти ICTV» URL: www.youtube.com/@FaktyICTVchannel (дата звернення: 20.04.2024) .

ДОДАТКИ

Додаток А

Головна сторінка ютуб-каналу «Діти війни»



Діти війни

@dity_viyuny · Підписалося 72 користувачі · 10 відео

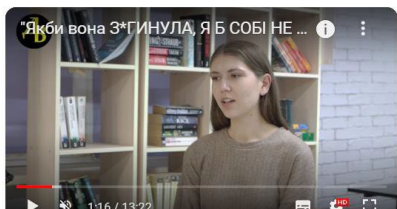
Ютуб-канал «Діти війни» розповідає правду про війну в Україні через призму дітей...[більше](#)

youtube.com/channel/dity_viyuny

Персоналізувати канал

Керувати відео

Головна Відео YouTube Shorts Списки відтворення Спільнота



"Якби вона З*ГІНУЛА, Я Б СОБІ НЕ ПР... КРАМ..."

200 переглядів · 8 днів тому

Дівчинка Іра з Краматорська пережила дві гарячі фази однієї великої війни. Вона бачила прильоти, чула гул ворожої авіації та намагалася врятувати подругу. Трагедія на краматорському вокзалі стала для неї справжнім шоком. Детальніше про долю дівчини - дивіться в інтерв'ю.

Головна Відео YouTube Shorts Списки відтворення Спільнота

Для вас



Як ПОВЕРНУТИ ДИТИНУ, яку ВИКРАЛА РФ Ці поради ПРАЦЮЮТЬ

272 перегляди · 2 місяці тому



Росіяни НЕ ЖАЛЛИ НАВІТЬ ДІТЕЙ: СТРАШНА ПРАВДА про окупацію Бучі

454 перегляди · 6 місяців тому



ВІЙДЖАЛИ з-під обстрілів У БАГАЖНИКУ НАДЗВИЧАЙНА ІСТОРІЯ родини з Рубіжного

457 переглядів · 5 місяців тому

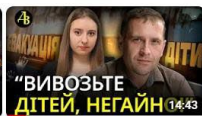
Відео

Відтворити все



"Якби вона З*ГІНУЛА, Я Б СОБІ НЕ ПР... КРАМ..."

200 переглядів · 8 днів тому



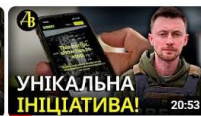
Як ПОВЕРНУТИ ДИТИНУ, яку ВИКРАЛА РФ Ці...

272 перегляди · 2 місяці тому



Перемагає суперників та РЯТУЄ ЖИТТЯ...

386 переглядів · 2 місяці тому



Зібрав ПОНАД 4 МІЛЬЙОНИ ЄВРО для України

447 переглядів · 3 місяці тому



ВІЙДЖАЛИ з-під обстрілів У БАГАЖНИКУ ...

457 переглядів · 5 місяців тому

Розроблено автором

Додаток Б

Аудиторія ютуб-каналу «Діти війни»

Вік глядача ↓	+ Перегляди	Середня тривалість перегляду	Середній відсоток перегляду відео	Тривалість перегляду (у годинах)
<input type="checkbox"/> 13–17 років	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> 18–24 років	82,1%	1:42	7,1%	69,5%
<input type="checkbox"/> 25–34 років	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> 35–44 років	18,0%	3:24	49,7%	30,5%
<input type="checkbox"/> 45–54 років	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> 55–64 років	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> Від 65 р.	–	–	–	–

Стать глядача ↓	+ Перегляди	Середня тривалість перегляду	Середній відсоток перегляду відео	Тривалість перегляду (у годинах)
<input type="checkbox"/> Жінки	75,1%	2:13	11,7%	67,8%
<input type="checkbox"/> Чоловіки	24,9%	3:10	15,6%	32,2%
<input type="checkbox"/> Указано користувачем	–	–	–	–



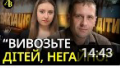

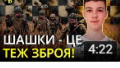

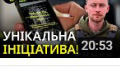



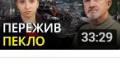

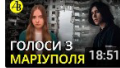

Місцеположення	+ Перегляди ↓	Тривалість перегляду (у годинах)	Середня тривалість перегляду
<input type="checkbox"/> Усього	2 764	187,8	4:04
<input type="checkbox"/> Україна	1 704 61,6%	111,5 59,4%	3:55
<input type="checkbox"/> Латвія	11 0,4%	0,6 0,3%	3:03
<input type="checkbox"/> Індія	0 0,0%	0,0 0,0%	–

Міста	+ Перегляди ↓	Тривалість перегляду (у годинах)	Середня тривалість перегляду
<input type="checkbox"/> Усього	2 764	187,8	4:04
<input type="checkbox"/> Київ	820 29,7%	64,3 34,3%	4:42
<input type="checkbox"/> Обухів	16 0,6%	1,0 0,5%	3:35
<input type="checkbox"/> Рига	11 0,4%	0,6 0,3%	3:03

Розроблено автором

Додаток В

Взаємодії з дописами ютуб-каналу «Діти війни»

Відео	Короткі відео	Прямі трансляції	Дописи	Списки відтворення	Подкасти	Рекламні ролики					
Фільтрувати											
<input type="checkbox"/>	Відео	Видимість	Обмеження	Дата ↓	Перегляди	Коментарі	"Подобається" (%)				
<input type="checkbox"/>	 Відали по людях 13:23	"Якби вона з*ГИНУЛА, Я Б СОБІ НЕ ПРОБАЧ... Дівчинка Іра з Краматорська пережила дві гарячі фази однієї великої війни. Вона бачила...	 Для всіх	Немає	25 трав. 2024 р. Опубліковано	202	14 34 оцінки "подобається"	100,0%			
<input type="checkbox"/>	 Вивозьте дітей, нега 14:43	Як ПОВЕРНУТИ ДИТИНУ, яку ВИКРАЛА РФ ... Експерт Асоціації реінтеграції Криму Борис Бабін розповів, куди звертатися батькам дітей...	 Для всіх	Немає	1 квіт. 2024 р. Опубліковано	272	13 34 оцінки "подобається"	100,0%			
<input type="checkbox"/>	 Шашки - це теж зброя! 4:22	Перемагає суперників та РЯТУЄ ЖИТТЯ ВІЙ... Семикласник Андрій Дяченко - бронзовий призер чемпіонату Києва з шашок. Хлопчик...	 Для всіх	Немає	17 бер. 2024 р. Опубліковано	386	27 44 оцінки "подобається"	100,0%			
<input type="checkbox"/>	 Унікальна ініціатива 20:53	Зібрав ПОНАД 4 МІЛЬЙОНИ ЄВРО для Украй... Відомий український журналіст Володимир Бірюков певний час працював у Латвії, де...	 Для всіх	Немає	18 лют. 2024 р. Опубліковано	447	17 47 оцінок "подобається"	100,0%			
<input type="checkbox"/>	 Горло все... 6:52	ВИЇДЖАЛИ з-під обстрілів У БАГАЖНИКУ ... Три тижні жили в бомбосховищі Рубіжного під щільним ворожим вогнем. Варили їсти на...	 Для всіх	Немає	6 груд. 2023 р. Опубліковано	457	14 54 оцінки "подобається"	98,2%			
<input type="checkbox"/>	 Пережив пекло 33:29	Росіяни НЕ ЖАЛИЛИ НАВІТЬ ДІТЕЙ: СТРАШ... Мешканець Бучі Олександр Кошак пережив усі жахи російської окупації і виїхав останнім...	 Для всіх	Немає	11 лист. 2023 р. Опубліковано	454	15 47 оцінок "подобається"	97,9%			
<input type="checkbox"/>	 Голоси з Маріуполя 18:51	Топили СНИГ та їли ГОЛУБІВ 🐦 Вони прост... Маріуполь з перших днів повномасштабного вторгнення опинився під ворожим вогнем...	 Для всіх	Немає	27 вер. 2023 р. Опубліковано	460	17 50 оцінок "подобається"	100,0%			

Розроблено автором

Додаток Г

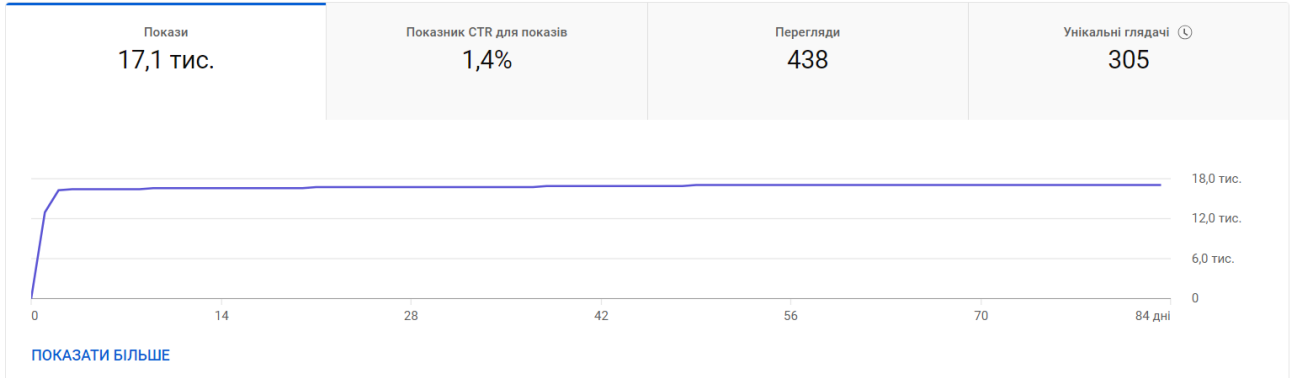
Охоплення контенту ютуб-каналу «Діти війни»

Аналітика відеореклами

РОЗШИРЕНИЙ РЕЖИМ

Огляд **Охоплення** Залучення Аудиторія

Від 18 лют. 2024 р. і до сьогодні
3 моменту публікації

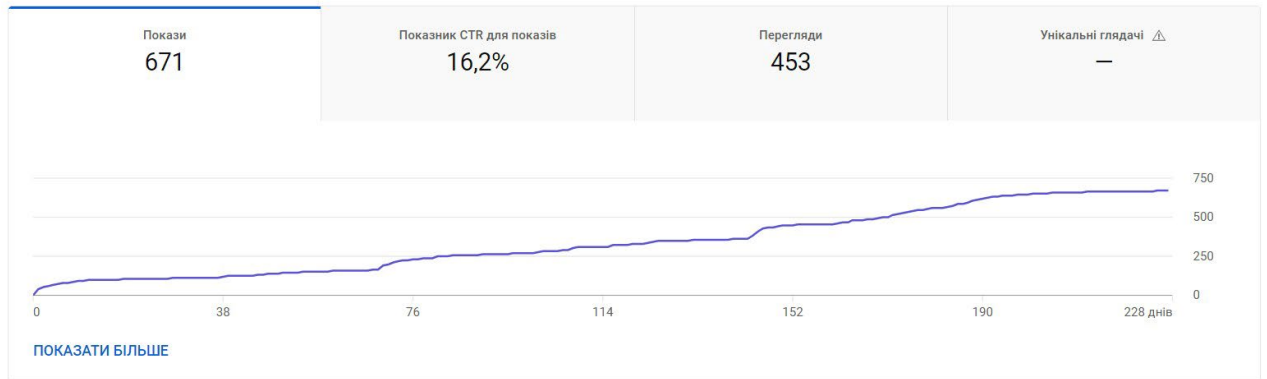


Аналітика відеореклами

РОЗШИРЕНИЙ РЕЖИМ

Огляд **Охоплення** Залучення Аудиторія

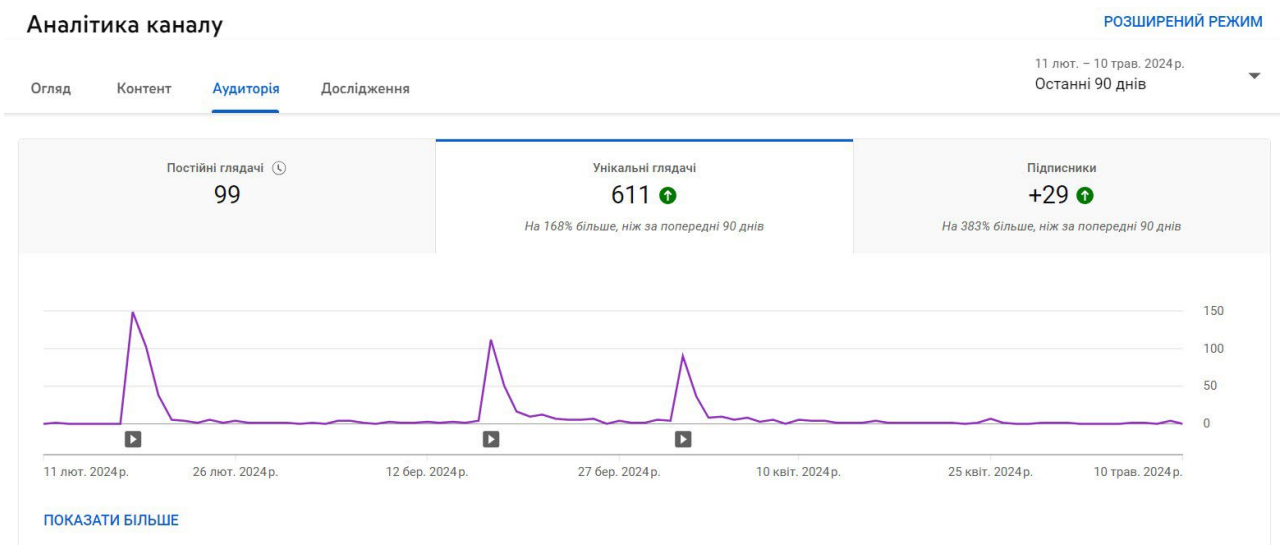
27 вер. 2023 – 11 трав. 2024 рр.
3 моменту публікації



Розроблено автором

Додаток Д

Охоплені облікові записи ютуб-каналу «Діти війни»

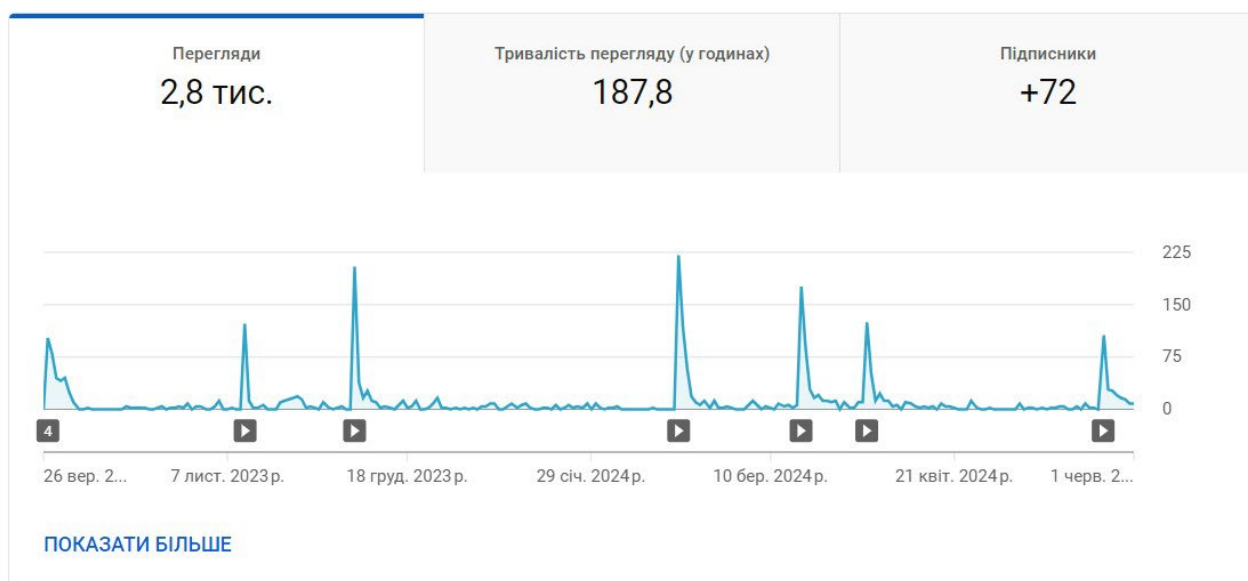


Розроблено автором

Додаток Е

Загальні охоплення ютуб-каналу «Діти війни»

Аналітика каналу

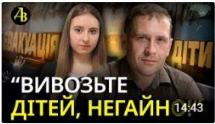
[Огляд](#) [Контент](#) [Аудиторія](#) [Натхнення](#)**Наразі ваш канал отримав 2 765 переглядів**

Розроблено автором







Додаток Ж



Приклад публікації ютуб-каналу «Діти війни»

← Контент каналу



Ваше відео
Як ПОВЕРНУТИ ДИТИНУ, яку ВИКРА...

-  **Деталі**
-  Аналітика
-  Редактор
-  Коментарі
-  Субтитри
-  Авторські права

-  Налаштування
-  Надіслати відгук

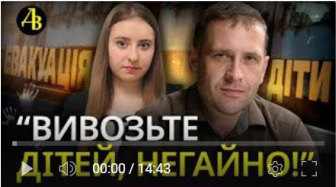
Інформація про відео

Назва (обов'язково) ?
Як ПОВЕРНУТИ ДИТИНУ, яку ВИКРАЛА РФ 🇷🇺 Ці поради ПРАЦЮЮТЬ

Опис ?
Експерт Асоціації реінтеграції Криму Борис Бабін розповів, куди звертатися батькам дітей, яких примусово депортували на територію РФ чи Білорусі, щоб якомога швидше повернути їх додому. Також він дав дієві поради, як діяти в разі спроби викрадення дитини окупантами.

00:00:00 - Початок
00:00:01 - Куди та з якими документами першочергово звертатися батькам викрадених дітей, щоб якомога швидше повернути їх додому
00:02:53 - Як повернути дитину на територію України, якщо їй змінили ім'я в Росії
00:04:07 - Якщо дитину депортували до РФ, але наразі вона вже повнолітня, то чи може вона повернутись додому самостійно?
00:05:58 - Як повернути викрадену росіянами дитину, яка мешкала на тимчасово окупованій території та чи можна її забезпечити від примусової депортації
00:07:35 - Депортація дітей з Криму
00:08:01 - Що Росія робить з дітьми, які опинились в окупації
00:09:56 - Як повернути дитину, якщо один з батьків вивіз її на територію РФ під час повномасштабного вторгнення
00:11:08 - Полонені з "ДНР" та "ЛНР"
00:13:19 - Як врятувати дитину від російської агресії: порада від експерта
00:14:42 - Кінець

ВІДМІНИТИ ЗМІНИ ЗБЕРЕГТИ ⋮



Посилання на відео
<https://youtu.be/x9ouvnrSOag>

Назва файлу
Бабін.mp4

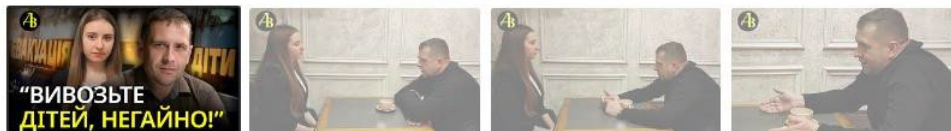
Якість відео
SD HD

Видимість
🌐 Для всіх

Обмеження
Немає

Обкладинка відео

Виберіть або завантажте зображення, яке покаже, про що йдеться у вашому відео. Вдало підібрана обкладинка виділяється й привертає увагу глядачів. [Докладніше](#)



Списки відтворення

Додайте відео в один або кілька списків відтворення, щоб глядачам було зручніше його дивитися. [Докладніше](#)

▼

Теги

Теги стануть у пригоді, якщо користувачі часто допускають помилки в запитах під час пошуку вашого відео. В інших випадках теги відіграють мінімальну роль у пошуку відео. [Докладніше](#)

війна в Україні (x)

війна (x)

дні війни (x)

україна сьогодні (x)

україна новини (x)

бабін (x)

борис бабін (x)

евакуація дітей (x)

депортація дітей (x)

повернення дітей (x)

евакуація з прифронтових територій (x)

лінія фронту (x)

евакуація (x)

як повернути дитину (x)

жовта стрічка (x)

червоний хрест (x)

📄 ✕

Розділяйте теги комами

264/500

Розроблено автором