

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра телебачення та радіомовлення

Документальний фільм.
«Білі, сині, рожеві комірці. (Як українські стартапери розвивають освіту, культуру й публичний простір)»

Кваліфікаційна робота на здобуття
освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»
студентки 4 курсу
спеціальності 6.030301 Журналістика

Ментус Катерини Сергіївни

Науковий керівник
Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
Черемних Інна Володимирівна

КИЇВ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
ОПИС ПРОЄКТУ.....	6
СПЕЦИФІКАЦІЯ АУДИТОРІЇ.....	10
СТРУКТУРА ФІЛЬМУ.....	12
ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ.....	14
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	16
ДОДАТОК 1.....	18

ВСТУП

Останні кілька років можна сміливо назвати «ерою стартапів». Світ стрімко змінюється, а з ним трансформуються й технології, з'являються нові, розвиваються, змінюють одна одну. І те, що було проривом кілька років тому, стає вже буденною річчю, ринок не стоїть на місці, він постійно потребує все нових та нових ідей, рішень, винаходів. У таких нових реаліях світу, навіть провідні технологічні гіганти просто не встигають відслідковувати та задовольняти попит аудиторії, що постійно зростає та хоче чогось нового, тому останні роки бум стартапів не зупиняється. Слово «стартап» в останні роки міцно вросло в наше життя: ми його чуємо по телевізору, читаємо в стрічці новин чи помічаємо на різних сіті-лайтах.

Що ж таке стартап? Поняття «стартап» виникло в 30-ті роки минулого століття в Америці. Саме тоді двоє американських студентів Хьюлетт та Паккард заснували крихітне підприємство і назвали його «start up». Згодом компанія досягла світових масштабів та вийшла на світовий ринок. Існує вона й донині, відома під назвою Hewlett-Packard (HP). [1]

Але ж що означає це слово? Нині стартапи - це сучасний тренд, про який ще кілька років тому ніхто нічого не чув та не знав. Для початку, та й для кращого розуміння про що йде мова, наведу цитату з Вікіпедії, яка описує що таке стартап: **«Старта'п або старта'п-компанія** (від англ. Start-up - запускати) - нещодавно створена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але планує стати офіційною), що будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, не вийшла на ринок або почала на нього виходити і що володіє обмеженими ресурсами. Часто стартап-компанії називають «гаражними» [2]. Завдяки двом винахідливим американським студентам і з'явилося поняття стартап. Різні джерела трактують термін по своєму, однак значення в них однакове, ось кілька з них:

- Стартап (від англ. Start-up - стартувати, запускати) - це компанія чи тимчасова організація, створена для пошуку повторюваної і масштабованої бізнес-моделі (визначення Стіва Бланка) [3].

- Стартап - процес виходу на ринок новоствореного підприємства з інноваційним проектом, зазвичай, у короткотривалий термін і з мінімальними капіталовкладеннями [4].

- Стартап - це тільки що створена компанія (іноді навіть ще не юридична особа), яка знаходиться на стадії розвитку і будує свій бізнес або на основі нових інноваційних ідей, або на основі тільки що винайдених технологій [5].

- Стартап - це незалежна організація, яка молодша п'яти років і спрямована на створення, покращення та розширення масштабованого, інноваційного, технологічного продукту з високим та швидким зростанням [6].

Простими словами: стартап - це якийсь новий проект, втіливши який в маси, його творець отримає прибуток, але це можливо лише за умови успішного розвитку ідеї. Проте, не кожен новий бізнес можна назвати стартапом. Startup - це щось нове, унікальне та ексклюзивне. Це те, що до вас ніхто ще не придумав, а найголовніше не реалізував. Наприклад, якщо скопіювати якусь уже відому чи створену бізнес-ідею та втілили її в життя, то - це не стартап. Давайте згадаємо успішного бізнесмена, який створив соціальну мережу Facebook, Марка Цукерберга. Створивши її він став так би мовити першовідкривачем в сфері соціальних мереж. Його ідея була свіжою, новою та ні на що несхожою в той час. Тому вона швидко «знайшла» аудиторію, її популярність зберігається й донині. А от вже інший бізнесмен Павло Дуров, який створив Telegram та мережу Вконтакте, яка за своїм функціоналом та зовнішнім виглядом ну дуже схожа на Фейсбук - назвати стартапом вже не можна. Це звичайнісінький плагіат, хоча й не буду заперечувати досить успішний.

Насправді поширення стартапів з кожним роком стає досить важливим чинником інноваційного розвитку країни, а також її технологічного прогресу в умовах новітньої економіко-політичної ситуації, яка склалася в Україні. Спрямовані здебільшого на вирішення актуальних проблем, стартапи розробляють нові технології, впроваджуючи інновації та цим самим неабияк підвищують прогрес суспільства, ну погодьтеся ж! Саме ті проєкти, які створені не професіоналами, метою яких є здебільшого реалізація свого потенціалу - «вистрілюють» та стають актуальними для розвитку української економіки. Без розвитку та підтримки стартапів, неможливе розв'язання економічних проблем, притаманних нашій країні.

Але перспектив розвитку цього руху в нашій Україні нині бракує, бо немає підтримки з боку держави. Українське законодавство взагалі не пристосоване для роботи зі стартапами, тому що навіть на законодавчому рівні не передбачено жодних ініціатив для впровадження інноваційних ідей.

Розробити стартап та втілити в життя, досить важко. Вигадуючи щось нове, розробники докладають титанічних зусиль. І, як на мене, їх праця повинна бути не тільки помічена, а й підтримана. Але на жаль, в реаліях сьогодення, стартапи не розвинені в Україні. Більшість інноваційних ідей реалізуються за кордоном. А найобразливіше те, що реалізують їх там - українці! Стартапи важлива ланка розвитку нашої країни, потрібно лише помічати їх та підтримувати, адже успішних ідей, які не тільки допоможуть країні вийти на новий технологічний рівень, а й прославлять на увесь світ - нині досить багато.

Тож чи вдається українським стартаперам, без підтримки держави створювати інноваційні проєкти, які здатні підкорити світовий ринок, ми й досліджуємо в документальному фільмі.

ОПИС ПРОЕКТУ

Документальний фільм «Білі, сині, рожеві комірці. (Як українські стартапери розвивають освіту, культуру й публичний простір)» створений у прагненні оглянути прояви та користь українських стартаперів покращити різні сфери життя, включаючи освіту, культуру та публічний простір. Особливо в умовах сьогодення, коли українське законодавство взагалі не пристосоване для роботи зі стартапами, і навіть на законодавчому рівні не передбачено жодних ініціатив для впровадження інноваційних ідей. Дослідити, які з стартапів змогли реалізуватися в сьогочасних умовах, змогли довести свою користь та вийти на міжнародний ринок, а які змогли втриматися тільки на українському ринку, але ненадовго.

Мета фільму - полягає пошуку та дослідженні стартапів, які існують нині, в українських реаліях економічного життя та на міжнародному рівні. Також аналіз та оцінювання потенціалу українських стартапів. Розгляд буде проводитися на реальних прикладах стартапів, які були представлені за останній рік.

У процесі підготовки проекту були визначені такі **завдання**:

1. дослідити історію походження поняття стартап, з'ясувати етимологію слово та рік появи;
2. пошук цікавих та успішних українських стартапів;
3. проаналізувати розвиток ринку стартапів в Україні;
4. оглянути кілька успішних українських стартап-компаній, які не тільки змогли заявити про себе, а й втриматися на ринку;
5. з'ясувати чи є можливості для розвитку стартапів в Україні.

Ідея створити документальний фільм виникла внаслідок спостереження за стрімким розвитком інноваційних технологій в світі та Україні, швидка поява нових «бізнесменів» на вітчизняному ринку. Легкі та прості ідеї, які підкорюють не тільки нашу країну, а й закордон. Головною задачею було показати, що стартапи - потрібні нашій країні, вони здатні не тільки розробити щось нове та приносити дохід, а ще й залучати іноземні інвестиції, які конче необхідні державі.

За **авторським задумом**, фільм є розповіддю про українських стартаперів та їх інноваційні розробки, які вже встигли проявити себе та успішно вийти не тільки на український ринок, а й міжнародний. У фільмі висвітлюються стартап розробки з різних сфер життя, найбільше з освітньої та культурної.

Актуальність фільму полягає в тому, що завдяки розвитку інформаційних-комунікаційних технологій стартапи набувають більшого поширення у всьому світі, але при цьому слід зауважити, що на кожен успішний проєкт припадають десятки провальних, тобто навіть геніальна ідея, не завжди приносить мільйони доларів від інвесторів.

Доцільність обраного жанру

Для втілення авторського задуму обрано жанр документального фільму, який поєднує інформування та публіцистичні засоби викладу. Лісневська А., зазначає, [7, с. 111-112] що для документалістики характерно «брати на себе освітні та виховні функції, що представлені у вигляді публіцистично-нарисових форм». В основу документальних фільмів покладені зйомки реальних подій та осіб, а темою для них найчастіше стають історичні події, культурні та соціальні явища, тощо. [8] Саме елемент реалізму та «живого кадру», у деяких моментах драматизму

документальний фільм відрізняється від новинного репортажу. Для створення цілісної історії у фільмі використано засоби динамічного монтажу та музики, а за допомогою чергування синхронів, креативних переходів, розповідей героїв та стендапів журналістки - окремі історії вплітаються в один фільм.

Новизна документального фільму «Білі, сині, рожеві комірці. (Як українські стартапери розвивають освіту, культуру й публичний простір)» полягає у тому, що він розповідає не просто про явище стартапу та досліджує це поняття, як в історичному так і в нинішньому контексті, а й розповідає про реальні історії українських стартап-компаній, які сьогодні не тільки приносять дохід їх творцям, а й допомагають зробити життя суспільства легшим, цікавішим, сучаснішим та кориснішим.

Розкриття теми відбувається за допомогою історій про успішні українські стартапи та думок розробників цих інновацій. Для цього обрані 6 стартапів, які нині працюють та покращують різні сфери життя.

Перша історія розповідає про соціальний проєкт, який допомагає людям з онкологією в період пандемії добиратися до профільних центрів. Наступна продовжує ланцюжок соціальних стартапів та розповідає про гарячу лінію, зателефонувавши на яку людям, які опинилися чи відчуваються самотність, знайдуть співрозмовника. Цей проєкт вже встиг залучитися підтримкою дитячого фонду ЮНІСЕФ в Україні. Працює він вже більш як півроку, за цей час встиг набрати понад 6 тисяч волонтерів, вони кожного дня приймають майже по півтисячі дзвінків.

Наступна розповідь про збір книг в київському метрополітені. Там минулого року запустили збір книг, які відправлятимуть до сільських бібліотек та буккросингу в метро, а ті які вже «віджили» своє, використовуватимуть для арт-об'єктів, в такий спосіб продовжуючи книгам життя та поповнюючи фонди сільських бібліотек, які не мають можливості

робити це за власний кошт. За перший місяць роботи зібрали понад 700 видань, оце так результат!

Щодо освітніх стартапів, то кілька друзів зі столиці вирішили оновити чи можна навіть сказати осучаснити українських поетів та поетес. Зробили це за допомогою звичайного мобільного додатку, через нього пропустили портрети письменників, і ті почали посміхатися. Готових усміхнених апостолів української літератури безкоштовно передають до шкіл, додають до них й оновлені історії про них. Замовлення надходять вже не тільки з України. Продовжуючи освітню чи вже більше культурну тематику, наступний проєкт допомагає людям з вадами зору отримувати відповідну літературу, якої зараз дуже мало в країні. Книги не тільки друкують за власний кошт, а ще й роблять її цікавою, додаючи картинки, вибиті спеціальним принтером. Розробники стартапу додають надруковані книги до онлайн бібліотеки, яку теж розробили власноруч. Усі охочі можуть залишити заявку на ту чи ту книгу, і впродовж тижня Ви зможете її отримати. Період в який потрібно повернути видання - необмежений. Прикінцевий стартап, про інноваційний бокс для тварин, який замість звичайної пластикової пляшки видає корм для тварин.

Сфера застосування

Фільм спрямований на інформування аудиторії про стартап-компанії України. Ми передбачаємо, що глядачі після перегляду фільму повністю або як мінімум його фрагмента задумуються над тим, що прогрес не стоїть на місці, і щось нове не завжди означає «дике», провальне, незрозуміле чи неактуальне. Новації керують світом, і їх найбільша група підтримки - суспільство, без нього їх діяльність неможлива, адже продукт без споживача нікому непотрібний.

Крім того, споживачі цього телевізійного продукту на основі побаченого можуть сформувати власне ставлення щодо

успішності українських стартапів діяльності та їх доцільності в сьогочасних умовах .

Документальний фільм може бути використаний для показу у телеєфірі (наприклад, каналів «ICTV», «Еспресо TV», «5 канал», та ін.), публікації на новинних ресурсах (сайтах, відеоплатформах, соцмережах, Ютуб-каналах).

Документальний фільм як жанр, має перспективи використання на медійному ринку. Останнім часом цей формат дедалі більше почали використовувати провідні інформаційні канали, як-от: «Прямий», «Громадське телебачення», особливо їх рубрика «Бізнес-план», «5 канал». Вони випускають матеріали цього жанру про новаторів у різних сферах життя. Таким чином, можна стверджувати, що документальний фільм «Білі, сині, рожеві комірці. (Як українські стартапери розвивають освіту, культуру й публичний простір)» створений з урахуванням сучасних тенденцій інформаційного телебачення та на актуальну для українського суспільства тему.

СПЕЦИФІКАЦІЯ АУДИТОРІЇ

На думку Іванова В. Ф. [9], аудиторію можна визначити як стійку сукупність людей, яка виникає на підставі спільності їх інформаційних потреб. Вона має усвідомлену недостатність в інформації з тих чи тих питань, тобто інформаційну потребу, яку і має на меті задовольнити журналістський твір. Цій умовній сукупності людей властиві сталі ознаки, за якими її класифікують. Орієнтація на такі характеристики здійснюється за допомогою таких засобів:

1. українська мова фільму (відкидає російську і частково російськомовну аудиторію);
2. кут погляду на розвиток стартап-компаній через точки зору розробників українських проєктів;
3. акценти на різні сфери життя;
4. канал розміщення (наприклад, частина аудиторії ЗМІ, де телепродукт може бути розміщений).

Аудиторію документального фільму «Білі, сині, рожеві комірці. (Як українські стартапери розвивають освіту, культуру й публичний простір)» можна визначити за кількома параметрами. За віком вона включає молодь (19-35 років), при чому зі зміщення акценту на так звану зрілу молодь (27-35 років, має кар'єру, певні особисті здобутки, соціально активна), та людей зрілого віку (35-55 років). Не є доцільним виділяти окремо чоловіків чи жінок, адже тема є універсально цікавою. Фільм призначений для аудиторії із вищою освітою або обізнаною в сфері інновацій чи технологій, оскільки ця категорія людей вміє критично мислити, аналізувати і формувати власні позиції, на що телепродукт і розрахований. Щодо соціального статусу аудиторії, моделей у суспільстві, фільм орієнтується на такі умовні групи:

1. Професійна аудиторія українських розробників

Розробники, новатори, бізнесмен, підприємці, блогери, які так чи так дотичні до сфери технологій.

2. Зацікавлені у темі, але не з професійних міркувань

Споживачі контенту, які критично використовують інформаційний продукт, можуть дивитися для порівняння продукти міжнародних розробників і роблять висновки про успіхи чи поразки українських новаторів.

3. Українські споживачі подібного контенту про інноваційні розробки українських розробників, цікаві технології, тощо

Ця група автоматично формується на таких відеосервісах, як YouTube за допомогою опції надання рекомендацій для користувача. Розміщений на такому сайті фільм із часто запитуваними словами у тегах і назві зможе з'явитися у рекомендаціях людей, які дивлять новинні сюжети чи просто сюжети про розвиток різних сфер життя, про появи нових проєктів, функцій, тощо, як джерело інформації.

СТРУКТУРА ФІЛЬМУ

1.ВСТУП, або гачок уваги - представлення проблеми слабкої позиції України на технологічному та інноваційному фронті (емоційна зав'язка за допомогою лайву; відео фрагментів засновників українських стартапів та цікавого представлення самого слова);

2.ПЕРШИЙ БЛОК: БЕЗКОШТОВНЕ ТАКСІ ДЛЯ ОНКОПАЦІЄНТІВ

Розповідь про соціальний проєкт, який допомагає людям з онкологією в період пандемії добиратися до профільних центрів. Розповідь про успішність проєкту та історію його створення.

3.ДРУГИЙ БЛОК: МІЙ ТЕЛЕФОННИЙ ДРУГ

Історія про соціальний проєкт, який розповідає про гарячу лінію, зателефонувавши на яку, людям, які опинилися чи відчують самотність, знайдуть співрозмовника. Проєкт вже залучився підтримкою дитячого фонду ЮНІСЕФ в Україні.

4.ТРЕТІЙ БЛОК: ЗБІР КНИГ В КИЇВСЬКОМУ МЕТРОПОЛІТЕНІ

Розповідь про збір книг в столичному метрополітені, який стартував ще минулого року, та за перший місяць встиг зібрати понад 700 видань.

Книги в гарному стані відправлятимуть до сільських бібліотек, решту використовуватимуть для буккросингу в метро, на кількох станціях є спеціальні полицьки, де Ви можете залишитися чи взяти книгу. А ті, які вже «віджили» своє, використовуватимуть для арт-об'єктів. Метрополітен залучився підтримкою благодійного фонду та навіть виділив місце для їх зберігання в музеї підземки.

5.ЧЕТВЕРТИЙ БЛОК: ЛІТДВІЖ

Кілька друзів зі столиці, які полюбляють українську літературу, вирішили осучаснити українських поетів та поетес. Зробили це за допомогою звичайного мобільного додатку, який доступний усім охочим, через нього пропустили портрети письменників, і ті, о диво, почали посміхатися. Дехто посміхається на всі 32. Готові постери безкоштовно передають до шкіл, додають до них й оновлені історії про них. Замовлення надходять вже не тільки з України.

6.П'ЯТИЙ БЛОК: МАГІЯ ГОГВОРТСУ ШРИФТОМ БРАЙЛЯ

Історія про допомогу людям з вадами зору отримувати відповідну літературу, якої зараз замало в країні. Книги не тільки друкують за власний кошт, а ще й роблять її цікавою, додаючи картинки, вибиті спеціальним принтером. Розробники проєкту додають літературу до онлайн бібліотеки, яку придумали та запустили кілька років тому. Її фонд не поповнювався, тому вирішили робити це самотужки. Нині працюють над наступною книгою поттеріани.

7.ШОСТИЙ БЛОК: ЯПОМОГА БОКС

Розповідь про розумний бокс, який замість звичайної пластикової пляшки видає корм для тварин. Пляшки потім передають на переробку.

8. БЛОК-ПІДСУМОК

Роздуми авторки фільму про рівень розвитку стартап-компаній в Україні. Чому ситуація в країні не надто сприятлива для розвитку новаторів. Кілька порад як почати свій проєкт.

ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Фільм знятий з роздільною здатністю Full HD - Full High Definition. Загальний розмір відеофайлу фільму складає 1.05 Гб. Триває фільм 13 хвилин 51 секунду.

За різними дослідженнями, увага сучасної людини тримається на одному спікері чи одному відео від 8 секунд до 5 хвилин [10]. Для того, аби втримати увагу, матеріал поділено на шість окремих частин, які є історіями (їх опис зазначено вище). Також на початку є вступ із постановкою проблеми та заключна частина-підсумок із роздумами авторки про розвиток та стан стартап-руху в країні. Між частинами є перебивки з назвою наступної історії та короткі графічні перебивки-«віяла» для розділення суміжних тем у межі блоку. Також для привернення уваги у фільмі використовуються яскраві лайви.

Працюючи над проєктом, я надіслала кілька інформаційних запитів: до Київської міської державної адміністрації, столичного метрополітену та представництва ЮНІСЕФ. Відповіді від перерахованих установ отримали.

Технічні та програмні засоби

Відеопродукт побудований у вигляді класичного новинного сюжету. Дослідниця Симоніна Н. В. додає [11], що так побудова характерна для сюжетів усіх жанрів, як інформаційної, так і публіцистичної групи, до якої відносимо документальний фільм. Він включає такі елементи:

1. синхрони героїв та експертів;
2. відеоряд (розкадровки героїв та експертів, місць, про які розповідається);
3. інтершум місця, події;
4. закадровий текст і начитка.
5. стендапи;
6. лайви.

Фільм знятий двома камерами. Коментарі експертів записані на професійну камеру Panasonic AG-UH180. Зображення було знято при повністю відкритій діафрагмі об'єктива, що дозволило зробити акценти на головних героях або деталях в кадрі завдяки підвищеній різкості зображуваного та розмиттю фону. Стендапи зняті на телефонну камеру. Для стабілізації зйомки були використані штативи. Також використане відео з архіву стартап-компаній з дозволу розробників проєктів та «5 каналу». Закадровий текст начитаний у кімнаті для звукозапису «5 каналу», аудіодоріжка начитки відредагована за допомогою програми для обробки аудіо Sound Forge. Відеопродукт змонтований у програмі для відеоредагування Edius.

У якості фонової музики використані безкоштовні аудіотреки сервісу YouTube Audiolibrary (фонотека). У документальному фільмі переважають синхрони та стенд-апи, що обумовлено специфікою жанру. Всього використано 4 появи журналістки в кадрі.

Опис послідовності виконання проєкту

Відеопродукт задумувався як розповідь про успішні українські стартап-компанії на прикладі шести окремих історій. Кожна історія повинна розповідати про інноваційні розробки в тій чи тій сфері життя.

Фільм створювався у кілька етапів. Я збирала інформацію про розвиток стартапів в Україні, чи розвинена ця галузь та наскільки якісно, і на їх

основі створювала сценарний план (див. Додаток 1). Зйомки епізодично тривали із вересня 2020 року по травень 2021 у місті Києві. Більшість авторського відео, використаного у фільмі, знято протягом 2020 року.

Після корекції сценарного плану текст був начитаний. На завершальний етап, монтаж, знадобилося півтора тижня. Після цього до відео додані титри синхронів, пояснювальні титри, титри локацій і джерела походження відео. Згодом у процесі перегляду змонтованого телепродукту виявлені логічні помилки і неточності. Після їх виправлення роботу над проектом було завершено.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гладка Л., Колеснік Є. Українські стартапи: сучасний стан розвитку інноваційного підприємництва. Молодий вчений. No 4(44). С. 647–651.

2. Вільна енциклопедія «вікіпедія» [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Стартап>

3. Бланк С. Стартап: настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дорф. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 616 с.

4. Мрихіна О. Б. Перспективи стартап-компаній у контексті конкурентоспроможного розвитку українського ринку високих технологій / 4 О. Б. Мрихіна, А. Р. Стояновський, Т. І. Міркунова // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – No 9. – С. 215–225.

5. Пікуль В.С. Що таке стартап? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://3222.ua/ru/article/scho_take_startup.htm

6. Європейська мережа стартапів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://europeanstartupnetwork.eu/vision/>

7. Лісневська А. Мистецтво телевізійного репортажу: навч.-метод. посіб. для студ. з напрямку підготовки «Кіно-, телемистецтво» та «Тележурналістика». – Держ. закл. Луган. нац. ун-т імені Тараса

Шевченка. – Луганськ: Вид-во ДЗ, ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2013. – 190 с. Режим доступу:

http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4057/1/O_Lisnevskaja_MTR_GI.pdf

8. Вільна енциклопедія «вікіпедія» [Електронний ресурс]: – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Документальний_фільм

9. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник. За науковою редакцією В. В. Різуна – Київ: Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.

10. Lames Rupert. Russian Troops Lead Moscow's Biggest Direct Offensive in Ukraine Since August. Atlantic Council. January 23, 2015. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/russian-special-forces-and-regular-troops-lead-moscow-s-biggest-direct-offensive-in-ukraine-since-august>

11. Передвиборча зрадометрія: хто розганяв, а хто замовчував критику Порошенка. Звіт дослідження Центру Контент-аналізу. Лютий 2019. Режим доступу: <http://ukrcontent.com/reports/peredviborcha-zradometriya-hto-rozganyav-a-hto-zamovchuvav-kritiku-poroshenka.html>

ДОДАТОК 1

Розшифровка авторської програми

Вступ: Розкадровки столиці	Поки в Україні триває війна, як на передовій з російським агресором, так і в тилу з пандемією Ковід-19, а економіка держави перебуває в тяжкому стані, українці не складають руки, не емігрують, а намагаються шукати різноманітні варіанти, як здивувати світ інноваційними розробками й вирватись на технологічну передову. Ці інноваційні здобутки отримали назву - стартапи.
	Лайф, що таке стартап
кор. з/к.	Це слово ми частенько чуємо з екранів телевізорів чи зустрічаємо в новинах. Для нашої держави це порівняно нове поняття, але в той час українці все частіше виходять на глобальний ринок інноваційних технологій з успішними проєктами. Про декілька з таких ідей далі й піде мова.
	Перебика: Безкоштовне таксі для онкопацієнтів
кор. з/к.	Пандемія коронавірусу, яка охопила світ у 2019 році, докорінно змінила життя українців. Крім того, зміни торкнулися як роботи, так і способу життя. Наприклад, обмеження на пересування в громадському транспорті. Для когось - дрібниця, для інших - конче необхідна потреба, як ось для пані Світлани. Про свій діагноз - онкологія вона дізналася 2

	роки тому. Позаду вже кілька хіміотерапій та операцій, але з початком карантину - їздити до лікарні стало складніше.
СНХ Світлана Бондаренко, киянка	Дуже було складно добиратися, викликали таксі, а таксі 250 - 300 гривень в одну сторону.
кор. з/к.	Фундація Варто Жити - вирішила проблему.
СНХ Анастасія Рожинська, менеджерка Фундації "Варто Жити"	Дорослими онкопацієнтами чи онкоодужуючими в Україні ніхто наразі не займається. Ми зрозуміли, що можемо покращити життя цих людей, у них дуже слабкий імунітет і дуже велика ймовірність захворювання на ковід.
кор. з/к.	Команда знайшла волонтерів: надійного партнера й запустила всеукраїнський кол-центр з надання безкоштовного таксі для онкопацієнтів.
Стендап Катерина Ментус, журналістка	Викликати безкоштовне таксі можна за номером 5522. Ця послуга доступна лише в будні - з понеділка по п'ятницю. Бо на вихідних онкоцентри не пацієнтів не приймають.
	Перебивка: Мій телефонний друг
кор. з/к.	Обмеження контактів та ізоляція - ще один побічний ефект пандемії. Для того, щоб люди, які опинилися на самоті або в ізоляції почувалися більш соціалізованими та потрібними, благодійна організація вирішила відкрити кол-центр «Мій телефонний друг». 68

	річна Галина Іванівна уже встигла скористатися послугою.
	Лайф Галина Іванівна говорить з телефонним другом
СНХ Галина Смуляк, учасниця стартапу	Піднімається мені настрій, відчувається несамотність, молода людина хоче зі мною, старою, розмовляти - це чудово.
кор. з/к.	До команди волонтерів долучилася й Марія. З початком карантину київська одинадцятикласниця вирішила допомагати самотнім.
СНХ Марія Лемза, волонтерка проєкту "Мій телефонний друг"	Буває дуже важкий день: через роботу, навчання, ще щось таке. І потім ти бачиш телефонний дзвінок, ти відповідаєш і просто чуєш: «Привіт, як справи?», - починаєш говорити з людиною про день і розумієш, що дійсно ось це привіт може зробити когось надзвичайно щасливим.
кор. з/к.	Нині дана послуга доступна майже в кожному місті. А завдяки підтримці Дитячому фонду ООН - ЮНІСЕФ в Україні - стартап згодом буде доступним і в інших країнах світу.
СНХ Лотта Сильвандер, голова Представництва ЮНІСЕФ в Україні	ПЕРЕКЛАД (мова оригіналу англійська): Це дуже важливо й для молодих волонтерів. Вони можуть попросити співрозмовників поділитися своїм життєвим досвідом, можуть попросити чогось їх навчити, чогось, що зможе волонтер взяти з собою.
	Перебивка: Збір книг у метрополітені
Стендап Катерина Ментус, журналістка	Тимчасово зачинені розважальні заклади під час карантину мені заміняли книги.

	Брала своє улюблене видання, йшла до парку та проводила там кілька годин. Однак, з часом почала помічати, що книги вже не влазять до шафи. Викидати у смітник тонни інтелектуальних праць - злочин. То що ж робити?
кор. з/к.	Так натрапила на цю проблему і Мирослава. Книг - безліч, куди дівати - загадка. Вихід знайшла раптово - побачила оголошення про збір книг в столичному метро, де частина піде на благодійність.
СНХ Мирослава Танська, читачка	У мене багато знайомих, які із сіл, і в них навіть не те, щоб проблема в грошах, що недостатньо їх, а проблема в тому, що вони часом просто не можуть їх купити, адже вони живуть десь в далеких селах, де немає відділення укр пошти чи нової пошти, або вони працюють з перебоями.
кор. з/к.	Збирати книги та передавати їх до сільських бібліотек вирішив столичний метрополітен разом з Фундацією Дарини Жолдак. Під збір виділили приміщення в музеї метро. Там їх сортують за 3 категоріями.
СНХ Наталка Макогон, заступниця начальника київського метрополітену	Одні книжки - це ті книги, які будуть передані сільським громадам для бібліотек. Другий напрямок - це ті книжки, які ми будемо використовувати для буккросингу метрополітену. Третій напрямок - це книги, які вже в поганому стані, або що стосується контентної частини, або що стосується фізичного

	стану, які будуть використані художниками для інсталяцій, авторських композицій.
кор. з/к.	Бібліотеки, до яких поїдуть книги - обирають за допомогою конкурсу: потрібно написати есе про бібліотеку та її читачів. Одним з переможців стала бібліотека в селі Пукеничі на Львівщині. У фонді бібліотеки всього 4 тисячі примірників, це дуже мало. Директорка говорить, що не вистачає видань майже в кожному відділі, але найбільше - художньої літератури. Але завдяки конкурсу кількість книг збільшилась.
	Лайф, як отримують книги та роздивляються їх
СНХ Ірина Берник, директорка бібліотеки в селі Пукеничі	Книги надзвичайно цікаві, яскраві. Я думаю, що нашим читачам кожна книга буде до вподоби і кожна порадує, і око, і душу, допоможе у розвитку кожного читача.
	Перебивка: Літдвіж
Стендап Катерина Ментус, журналістка	А чи бачили ви колись, як усміхається Леся Українка, чи Тарас Шевченко? У столиці створили культурний стартап «ЛітДвіж». Команда однодумців оновила портрети класиків української літератури та їх історію, й безкоштовно дарує такі постери всім школам Києва.
кор. з/к.	Однією з першій шкіл, хто замовив такі постери, стала й оболонська загальноосвітня школа. Найбільше новим постерам радіють вчителі.

СНХ Лариса Горлач, учитель української мови та літератури	Ми звикли до того, що завжди бачимо якісь похмурі, сумні обличчя, говоримо про якусь тяжку долю, але насправді це не так. Люди, які пишуть ці твори, вони життєрадісні, люблять світ, вони сповненні почуття гумору.
кор. з/к.	Постери до вподоби не тільки вчителям, а й учням.
СНХ Діана Оксантик, учениця 10 класу	Коли ти сприймаєш ситуацію з гумором, читаєш опис, дивишся на карикатуру, воно якось тебе надихає й ти хочеш піти в бібліотеку й спробувати прочитати який-небудь твір цього автора, або п'єсу, або вірш.
СНХ Юлія, учениця 2 класу	З письменниками хочеться подружитися, бо вони різнокольорові та усміхаються. І хочеться їм написати листа.
кор. з/к.	Плакати - це лише частина проєкту. Також на сайті ЛітДвіж можна знайти осучаснені історії з життя видатних письменників. Тараса Шевченка називають пранкером - тобто жартівником, а Лесю Українку фрілансеркою - працівницею з дому.
СНХ Данііл Ваховський, керівний партнер креативної агенції	Є історія про Шевченка, який був людиною з добрим почуттям гумору, і ми розповідаємо на цьому сайті історії про те, як він підколював друзів, так би мовити пранки робив. Це теж формує якісне ставлення до Кобзаря нації, який був дуже цікавою та живою людиною, і фантастично цікавим художником.

кор. з/к.	Стартапу лише пів року, а охочих отримати постери вже більше тисячі, майже з усіх міст України. Поки організатори намагаються забезпечити усміхненими письменниками всі школи країни.
	Перебивка: Магія Гогвортсу шрифтом Брайля
Стендап Катерина Ментус, журналістка	Магія Гогвортсу шрифтом Брайля. Казковий світ Гаррі Поттера тепер доступний незрячим людям в Україні. Першу книгу про хлопчика зі шрамом надрукувала дитяча онлайн-бібліотека. Вийшла вона в грудні минулого року, і вже встигла зібрати чималу армію охочих її прочитати.
кор. з/к.	Урізноманітнити жанрову палітру книг шрифтом Брайля взялася дитяча онлайн-бібліотека, яка вже 5 років спеціалізується у цій галузі. "Гаррі Поттер і філософський камінь" - вийшов в універсальному дизайні, тобто шрифтом Брайля і звичайним. Зробили це спеціально, аби й батькам було зручно читати книгу.
СНХ Ірина Кривущенко, менеджерка проєкту Braille.com	Гаррі Поттера повертають дуже швидко. І навіть, одна дівчина, в нас була така історія, бо книга нова і вона читала її так багато, що вона навіть стерла пальці. У нас була кров на сторінках.
кор. з/к.	Замовити видання вирішила й мама 10-річної Софії. Улюблених книг у неї декілька, серед них і про Гаррі Поттера. Прочитати встигла вже 2 частини.

СНХ Мая Усатенко, мама Софії	Нам давали книжку, там був тільки шрифт Брайля і книжка була дуже старенька, потерта, її там читало, мабуть, дуже багато дітей, навіть було десь не зрозуміло що надруковано.
СНХ Софія Усатенко, читачка	Мені подобається 2 частина, коли я її читала, там було багато подій
кор. з/к.	Книгу Софійка ще не здолала, однак вже з нетерпінням очікує на наступну частину. Проте, надрукувати таку книжку - справа не з дешевих та і спеціальних друкарень в Україні - обмаль. Тому розробники стартапу самотужки шукають кошти та можливості друку таких видань. Згодом вийде наступна книга потеріани.
	Перебивка: Япомагабокс
кор. з/к.	Пластик взамін на корм для тварин. У столиці з'явився бокс для приймання пластикових пляшок, який в обмін видає корм для вуличних тварин. Його встановили неподалік станції метро "Лук'янівська". Розробником такого боксу є Руфат. Надихнувшись закордонним досвідом, вирішив власноруч розробити механізм. Розповідає: "Проект - не лише захист екології, але і допомога тваринам".
СНХ Руфат Раїмов, автор проекту «ЯпомагаBox»	3 плюс, самый важный - это дети, те которые уже с детства хотят помогать животным, которым родители объясняют своим детям что ты сейчас не загрязнил нашу природу, ты утилизировал пластик

	там грамотно, и этим самым ты помог бездомным животным.
кор. з/к.	Користуватися боксом - легко. Усе, що вам потрібно - це взяти пластикову пляшку, на півтора, літр або 2 літри, покласти її в спеціальний отвір та зачекати. Усе просто - 1 пляшка дорівнює 50-ти грамам корму для тварин.
	Лайф, розробник показує, як користуватися боксом
кор. з/к.	Усі зібрані пляшки відвозять на станцію переробки сміття.
СНХ Вікторія Норенко, засновниця громадської організації «Зелений птах»	Ми передаємо більш крупному оператору, який їх сортує по кольорам, відбирає кришечки, після того я їх потюкували по кольорах, з них роблять, дроблять дуже мілко, воно виглядає як пластівці вівсяні, і вже ці пластівці вівсяні засипають саме на переробку, коли вже з них роблять нитку.
кор. з/к.	Завдяки Япомагабоксу 4 тонни пластикових пляшок були відправлені на переробку. Поки що бокс - єдиний в Україні, проте публіка настільки зацікавилась стартапом, що організатори вирішили зробити крутий поворот та перетворити пілотний проект у соціально-відповідальний бізнес. Відтак з'явився Япомагабокс 2.0, що сортує корм для котів та собак, також зберігає його якість в холодну пору. Наявний і дисплей, що показує, як правильно здавати пластик в автомат.

	Лайф, як правильно здавати пластик в автомат
кор. з/к.	Усі ці стартапи мають одну спільну рису - насамперед вони орієнтовані здебільшого саме на міжнародний, а не локальний ринок. Справа в тому, що ситуація в Україні не надто сприятлива для створення та розвитку стартапів: складна економічна ситуація, довготривала криза, непривабливі умови для інвестицій. Але в той же час, всі ми розуміємо, що криза коли-небудь закінчиться. І головне - це рух вперед, який не має зупинятися. Що й роблять українські розробники. Успішних ідей для створення власного стартапу безліч і вони всюди. Варто тільки обрати напрямок діяльності що цікавить Вас, вивчити його більш досконаліше і поставити перед собою мету. Тільки так можна створити успішний проєкт і залучити капітал на розвиток, оскільки безліч інвесторів шукають ідеї, куди вкласти гроші, щоб заробити. Усе задумане вами реально втілити в життя. Треба лише вірити в себе, в свої сили, в те, що будь-яка мрія здійсненна!