

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри
журналістики та мовної комунікації
_____ проф. Світлана ХАРЧЕНКО
«___» _____ 2025 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА

на тему:

**«СТВОРЕННЯ ВІДЕОСЮЖЕТІВ «БЛАГОДІЙНІ ОРГАНІЗАЦІЇ:
ПОГЛЯД З СЕРЕДИНИ»**

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми
доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Науковий керівник – кандидат
філологічних наук, доцент кафедри журналістики
та мовної комунікації

Наталія КОЧУКОВА

Виконала

Валерія ГОРДЕЙЧУК

КИЇВ – 2025

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Створення відеосюжетів: благодійні організації: погляд зсередини» складається з 44 сторінок тексту, 28 використаних джерел.

Ключові слова: благодійність, відеожурналістика, етика, подкаст, соціальна документалістика.

У період війни, соціальної кризи та зростання потреб у громадянській взаємодопомозі особливого значення набуває якісне журналістське висвітлення діяльності благодійних організацій. Відеоформати, зокрема відеосюжети та подкасти, дозволяють наблизити аудиторію до реального стану речей, показати людське обличчя благодійності й сприяти розвитку довіри та емпатії. У роботі розглянуто жанрові, етичні, структурні та емоційні особливості висвітлення теми благодійності в медіа.

Об'єкт дослідження – благодійні організації як явище соціальної журналістики.

Предмет дослідження – створення відеосюжетів про благодійну діяльність: змістові, візуальні, етичні та комунікативні аспекти.

Метою роботи є розроблення та реалізація власного журналістського продукту – відеосюжету про благодійну організацію, що висвітлює її діяльність із внутрішнього ракурсу.

Методи дослідження: аналіз наукових джерел і відеоматеріалів, контент-аналіз, порівняльний аналіз, спостереження, інтерв'ювання, практична реалізація авторського медіапродукту.

Практичне значення полягає у створенні повноцінного відеосюжету та подкасту, які можуть бути використані як приклади етичного і професійного висвітлення благодійності в українській журналістиці. Отримані результати можуть стати у пригоді журналістам, медіаволонтерам, студентам профільних спеціальностей.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИСВІТЛЕННЯ БЛАГОДІЙНОСТІ В ЖУРНАЛІСТИЦІ	7
1.1. Благодійність як соціальне явище та об'єкт журналістського інтересу.....	7
1.2. Відеожурналістика: жанри, форми та методи.....	10
1.3. Етичні принципи висвітлення діяльності благодійних організацій.....	13
Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ПРАКТИКИ СТВОРЕННЯ ВІДЕОСЮЖЕТІВ ПРО БЛАГОДІЙНІСТЬ	19
2.1. Огляд українських відеоматеріалів (на прикладі каналів «Суспільне», «ТСН», YouTube-проектів).....	19
2.2. Сценарна структура та емоційний вплив у відеорозповідях.....	22
2.3. Практичний кейс: створення підкасту «Стежки війни, стежки любові».....	24
Висновки до розділу 2.....	28
РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ПІДКАСТУ ЯК ФОРМИ ДОКУМЕНТАЛІСТИКИ БЛАГОДІЙНОСТІ І ВОЛОНТЕРСТВА	30
3.1. Сюжетна структура та емоційна динаміка	30
3.2. Образ волонтера і поезіях автора.....	32
3.3. Літературні особливості поетичної збірки.....	35
Висновки до розділу 3.....	37
ВИСНОВКИ	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	42

ВСТУП

У XXI столітті благодійність стала невід’ємною складовою соціального життя, що виконує не лише функцію підтримки вразливих верств населення, а й формує нову етику громадянської відповідальності, солідарності та взаємодопомоги. В умовах воєнного стану, економічної нестабільності, соціальної кризи та зростання запиту на справедливість, благодійна діяльність в Україні набуває особливої ваги. Водночас зростає і суспільний інтерес до того, як ця діяльність представлена в медіа, зокрема у відеоформатах, що нині є найвпливовішим засобом масової комунікації.

Відеожурналістика є сьогодні ключовим інструментом для формування уявлень про суспільно важливі явища. Відео дозволяє показати не лише результат діяльності, а й сам процес, людей, їхні емоції, виклики та мотивацію. Особливо актуальним є висвітлення благодійних організацій зсередини – через історії людей, які працюють, допомагають, організовують. Такий підхід дозволяє уникнути поверхового висвітлення теми й показати реальну картину благодійного фронту.

З розвитком цифрових технологій і платформ на зразок YouTube, TikTok, Instagram Reels, відеоконтент набуває нового характеру: він коротший, емоційніший, мобільніший. Благодійні теми активно поширюються через інтерв’ю, репортажі, влоги, сторителінг. Проте водночас виникає низка проблем: від етичних (експлуатація образів страждання) до професійних (низька якість монтажу, невдалий сценарій, відсутність глибини). Саме тому створення якісного відеосюжету про благодійну діяльність є не лише творчим завданням, а й соціально важливою ініціативою.

Актуальність теми зумовлена необхідністю глибшого розуміння ролі журналіста у формуванні образу благодійної організації, потребою у якісному соціальному контенті та запитом суспільства на правдиві, зворушливі й мотивуючі історії. Створення відеосюжету про діяльність благодійної організації дозволяє не лише реалізувати професійні навички, а й долучитися до поширення гуманістичних цінностей у публічному просторі.

У контексті воєнних дій та гуманітарної катастрофи, спричиненої повномасштабним вторгненням Росії в Україну у 2022 році, роль благодійників значно зросла. Саме вони забезпечують нагальні потреби цивільних і військових, надають медичну допомогу, організують евакуацію, підтримують постраждалих. Проте не всі знають, як виглядає ця діяльність насправді – за фасадом соцмереж, звітів чи логотипів фондів. Саме тому важливо створювати медіапродукти, які відкривають «бекстейдж» – внутрішнє життя благодійної структури, роблячи її ближчою і зрозумілішою для громадськості.

Мета дослідження – дослідити особливості висвітлення діяльності благодійних організацій у відеоформаті та на практиці створити авторський відеосюжет «погляд зсередини».

Завдання дослідження:

1. Схарактеризувати благодійність як соціальне явище та об'єкт журналістського інтересу.
2. Проаналізувати медіапрактики подання благодійної тематики у форматі відеосюжетів.
3. Визначити основні жанрові, стилістичні й етичні підходи у висвітленні роботи благодійників.
4. Проаналізувати приклади українських відеоматеріалів на благодійну тематику.
5. Розробити, відзняти та змонтувати авторський відеосюжет на прикладі конкретної благодійної ініціативи.
6. Оцінити ефективність оприлюдненого сюжету за відгуками, охопленням, соціальним впливом.

Об'єктом дослідження є благодійні організації як явище соціальної журналістики.

Предметом дослідження є особливості створення відеосюжетів про благодійну діяльність, зокрема їх змістові, візуальні, етичні та комунікативні параметри.

Методи дослідження:

У роботі застосовано такі методи:

- аналіз наукових джерел і медіаматеріалів;
- контент-аналіз відеосюжетів;
- порівняльний аналіз підходів різних ЗМІ;
- спостереження і власний досвід зйомки;
- напівструктуроване інтерв'ювання учасників благодійного процесу.

Практичне значення полягає у створенні повноцінного відеосюжету на реальному матеріалі, що може бути використаний як приклад соціального медіапродукту, орієнтованого на емпатію, прозорість та просвітницьку функцію. Матеріали можуть бути корисними студентам-журналістам, викладачам, волонтерам, медіаактивістам.

Апробація результатів. Участь у II Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікація» (НУБіП України, м. Київ, 03.04.2025). Тема доповіді «Роль відеоконтенту в сучасному інформаційному просторі». Участь у IV Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «Сучасні тенденції в медіагалузі» (НУБіП України, м. Київ, 05 травня 2025 року).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг – 44 сторінки основного тексту. У роботі використано 28 джерел наукової та медійної літератури, наведено 4 таблиці, 4 рисунки.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИСВІТЛЕННЯ БЛАГОДІЙНОСТІ В ЖУРНАЛІСТИЦІ

1.1. Благодійність як соціальне явище та об'єкт журналістського інтересу

Благодійність є складним і багатограним соціальним явищем, яке протягом століть існувало у різних суспільствах у вигляді безкорисливої допомоги тим, хто цього потребує. Історично благодійність часто набувала форм релігійного милосердя, родинної підтримки або громадських ініціатив, і з плином часу перетворилася на цілісну систему соціальних практик. У сучасному суспільстві вона постає як один із ключових індикаторів розвитку громадянського суспільства, рівня солідарності та моральної свідомості населення.

Науковці різних галузей – соціології, культурології, комунікативістики, філософії та медіадосліджень – відзначають, що благодійність виконує не лише утилітарну функцію матеріальної підтримки, але й відіграє важливу роль у формуванні довіри в суспільстві, активізації соціального капіталу та розвитку горизонтальних зв'язків між громадянами. Американський соціолог Пітер Пейтон (наголошує, що благодійність – це базовий елемент громадянського суспільства, що сприяє розвитку демократії, підтримці соціальної згуртованості та посиленню моральних цінностей у суспільстві [1, с. 15-18]. Він підкреслює, що благодійність є своєрідним моральним маркером, який свідчить про готовність суспільства до колективної відповідальності та взаємної підтримки. У своїй праці Пейтон досліджує соціальні та культурні умови виникнення благодійності, а також те, як зміна суспільних цінностей і трансформація медіаполя впливають на характер благодійних практик.

Вітчизняні науковці також приділяють значну увагу цьому феномену. Зокрема, Олена Лісовська у своїй роботі підкреслює, що в Україні благодійність набуває нових форм і змістів, особливо в контексті соціально-політичних викликів, таких як Євромайдан, війна на Донбасі, повномасштабне вторгнення Росії у 2022 році, економічна криза та міграційні процеси. Авторка звертає увагу на те, що благодійність стала не лише соціальним явищем, а й важливою частиною

інформаційного простору, де через медіа формується суспільна підтримка волонтерських та добродійних ініціатив [2, с. 45-49]. За її спостереженнями, журналістика відіграє роль каталізатора, мобілізуючи ресурси, формуючи суспільний дискурс та сприяючи формуванню позитивного іміджу благодійників у свідомості громадян.

Загалом роль журналістики у висвітленні благодійності полягає не лише в інформуванні, а й у формуванні громадської думки, актуалізації тем соціальної несправедливості, популяризації ідей солідарності. Дослідження Володимира Іванова доводить, що ЗМІ створюють не просто інформаційний фон, а є учасниками формування суспільного порядку денного, визначаючи, які благодійні ініціативи отримають більшу увагу і підтримку [3, с. 102-106]. Таким чином, медіа стають посередниками не лише між благодійниками і отримувачами допомоги, але й між суспільними очікуваннями та інституціями, які ці очікування реалізують через конкретні проєкти та акції. Важливим аспектом є також здатність журналістики змінювати соціальні наративи, наприклад – з «пасивного співчуття» на «активну участь», що трансформує і саму аудиторію.

В умовах сучасного українського суспільства, яке переживає суттєві трансформації через соціальні й політичні виклики, роль благодійності та її медійного висвітлення особливо зростає. Згідно зі статистикою Українського форуму благодійників, за останні п'ять років кількість благодійних організацій в Україні збільшилася на 35%, що свідчить про зростаючу активність громадянського суспільства [4, с.11-19]. Значна частина цієї активності пов'язана з кризовими подіями - пандемією COVID-19, війною, енергетичною нестабільністю. У таких умовах медіа виступають ключовими суб'єктами соціальної комунікації, які забезпечують не лише поінформованість, але й довіру, прозорість та соціальну відповідальність.

Табл. 1.1

Чинник	Опис	Джерело
---------------	-------------	----------------

Соціальна солідарність	Формування єдності через взаємодопомогу між членами суспільства	[1, с. 17]; [5, с. 32]
Громадянська активність	Залучення населення до волонтерства, благодійних акцій та ініціатив	[2, с. 48]; [4, с.11]
Моральні цінності	Підтримка етичних норм, що закликають до безкорисливої допомоги	[1, с. 16]; [3, с. 104]
Інформаційна прозорість	Відкритість даних про діяльність благодійних організацій	[3, с. 105]; [5, с. 35]
Роль медіа	Посередництво між благодійниками та суспільством, мобілізація ресурсів	[2, с. 49]; [4, с.11-19]

Джерело: складено автором

Слід зауважити, що благодійність як соціальний процес включає взаємодію трьох основних суб'єктів: благодійників, отримувачів допомоги і медіа, які відіграють роль посередників. Благодійники виступають ініціаторами і ресурсними донорами, отримувачі – об'єктом соціальної підтримки, а медіа забезпечують інформування, популяризацію та контроль за прозорістю діяльності благодійних організацій. Саме ця тристороння взаємодія забезпечує ефективність благодійних практик у сучасному суспільстві [5, с. 33-36].

Журналістика в цьому процесі виконує низку функцій: інформаційну (поширення знань про добродійні ініціативи), мобілізаційну (заклик до дій), контролюючу (моніторинг ефективності та етичності благодійності) та мотиваційну (натхнення до соціальної участі). Завдяки репортажам, інтерв'ю, аналітичним публікаціям, спецпроєктам медіа стають не лише «дзеркалом» реальності, а й активними учасниками суспільних процесів.

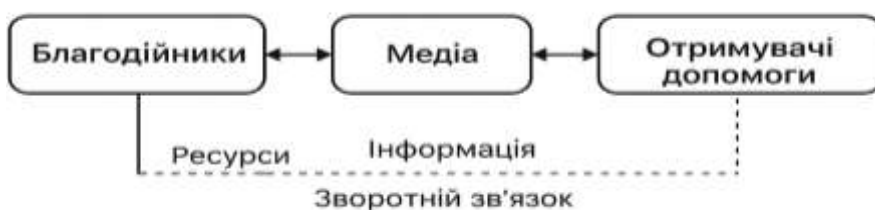


Рис. 1.1 Структура взаємодії суб'єктів благодійної діяльності

З огляду на вищезазначене, можна стверджувати, що благодійність у сучасних умовах стає не лише актом милосердя, а й важливим елементом соціальної політики та комунікації. Журналістика, завдяки своїм різноманітним жанрам і формам, може розкрити цю складність, донести її суспільству і сприяти підвищенню рівня соціальної відповідальності громадян. Водночас етичні виклики, пов'язані з достовірністю, конфіденційністю і балансом інформації, вимагають особливої уваги від медіа, що буде розглянуто в наступних підрозділах роботи.

1.2. Відеожурналістика: жанри, форми та методи

У сучасному медіапросторі відеожурналістика посідає особливе місце як одна з найефективніших форм журналістського висловлювання, здатна не лише інформувати, а й емоційно впливати на аудиторію, мобілізуючи її до участі у суспільно важливих процесах, зокрема у благодійній діяльності. Завдяки своїй візуальній природі, відеоконтент здатний передати не лише факти, а й емоції, атмосферу, контекст, які важко донести за допомогою лише текстових чи аудіоматеріалів. Саме тому журналісти все частіше звертаються до засобів відеожурналістики, коли йдеться про висвітлення соціальних тем, зокрема благодійності.

Науковці акцентують увагу на зростаючій ролі відеоформатів у нових медіа. Зокрема, дослідниця М. М. Романюк наголошує, що відеожурналістика сьогодні стає не просто засобом донесення інформації, а своєрідним культурним кодом сучасного глядача, який звик сприймати інформацію візуально, швидко та емоційно [6, с. 22-46]. Це особливо актуально у випадках висвітлення діяльності благодійних організацій, історій про волонтерів чи людей, які потребують допомоги.

Відеожурналістика охоплює цілу низку жанрів, кожен із яких виконує свої функції у процесі комунікації з аудиторією. Серед основних жанрів, що активно використовуються у практиці, варто виокремити відеорепортаж, документальний фільм, інтерв'ю, відеонарис, а також відеоінфографіку. Кожен з них має свою специфіку, яка дозволяє адаптувати подачу матеріалу до тематики, обраної

журналістом. Наприклад, відеорепортаж є доцільним при висвітленні благодійної акції у реальному часі, коли важлива оперативність і динаміка. Документальний фільм дозволяє здійснити глибоке дослідження теми, подати складну соціальну проблему через історії конкретних людей, розкрити мотивацію учасників благодійного руху.

Інтерв'ю, у свою чергу, забезпечує безпосередній контакт із джерелом інформації – волонтерами, представниками організацій, експертами, – що підвищує довіру до повідомлення. Відеонариси та відеоблоги дозволяють подати тему з суб'єктивної точки зору, що також може бути ефективним у просуванні ідеї благодійності, оскільки персональні історії здатні глибше впливати на глядача. Як підкреслює О. В. Бондаренко, вибір жанру має ґрунтуватися на аудиторній доцільності, цінностях, а також специфіці обраного медіаканалу [7, с. 1-8].

Поряд із жанрами важливе значення мають і форми подачі відеоматеріалів. Це можуть бути короткі новинні сюжети, спеціальні репортажі, персоналізовані блоги, відеоісторії, відеоінтерв'ю та інші формати. З розвитком цифрових технологій поширення відеоконтенту стало можливим не лише на телебаченні, а й у цифрових медіа - YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, Telegram, що значно розширює цільову аудиторію. Дослідниця І. І. Кузнецова вказує на важливість адаптації відеоформатів до особливостей сприйняття у конкретних цифрових середовищах, де, наприклад, наявність субтитрів або вертикальна зйомка можуть стати критичними факторами успіху матеріалу [8, с. 114-137].

Процес створення відеожурналістського матеріалу умовно поділяється на кілька етапів: підготовка, зйомка, монтаж і постпродакшн. На підготовчому етапі журналіст визначає тему, розробляє сценарний план, обирає локації, узгоджує інтерв'ю та збирає необхідну інформацію. Зйомка включає використання технічних засобів - камери, дронів, мікрофонів, стабілізаторів, що дозволяють зафіксувати як основні події, так і емоційні деталі. Монтаж передбачає обробку відео, створення логічної структури, додавання закадрового голосу, субтитрів, графіки. Етап постпродакшну включає кольорокорекцію, звукову обробку, а також адаптацію матеріалу під конкретну платформу поширення. С. В. Литвиненко зазначає, що

сама грамотна побудова монтажу може посилити емоційний ефект і забезпечити краще засвоєння меседжу [9, с. 235-244].

Особливе місце в структурі відеожурналістики, що висвітлює благодійність, посідає відеоінфографіка. Вона дозволяє візуалізувати статистичні дані, динаміку зібраних коштів, кількість учасників благодійних акцій, географію проєктів тощо. Це підвищує прозорість і довіру до ініціатив. Завдяки стислості і чіткості повідомлень, інфографічні відео мають високий рівень переглядів у соціальних мережах, де глядачі віддають перевагу короткому, але інформативному контенту.

У таблиці нижче представлено жанри та форми відеожурналістики, які найчастіше застосовуються у висвітленні благодійної тематики:

Табл. 1.2

Жанри та форми відеожурналістики

Жанр	Форма подачі	Особливості застосування у благодійності
Відеорепортаж	Новинний сюжет	Оперативне висвітлення благодійних акцій та кампаній
Документальний фільм	Повнометражне відео	Поглиблене розкриття теми, персональні історії благодійників та волонтерів
Інтерв'ю	Спеціальний репортаж	Висвітлення позицій експертів, бенефіціарів, керівників фондів
Відеонарис	Відеоблог	Авторський погляд, акцент на емоційності та особистому досвіді
Відеоінфографіка	Короткий ролик	Демонстрація статистики, прозорість діяльності, мобілізація громадськості

Джерело: складено автором на основі [6, 8].

Досвід провідних благодійних медіапроєктів, таких як «Суспільне Благодійність» або кампаній від міжнародних організацій (UNICEF, Red Cross), доводить ефективність відеоформатів у залученні громадян до участі у соціальних проєктах. Наприклад, у 2023 році серія відеосюжетів про евакуацію дітей з прифронтових територій, створена командою «Суспільного», зібрала понад

мільйон переглядів у соціальних мережах і стала поштовхом до додаткового збору коштів на потреби евакуації [10, с. 1-12].

Варто зазначити, що відеожурналістика вимагає високого рівня етичної відповідальності, особливо у випадках, коли йдеться про вразливі категорії населення – дітей, людей з інвалідністю, постраждалих у збройних конфліктах. Тому журналіст має дотримуватися балансу між емоційністю подачі і збереженням гідності героїв матеріалів. Цей аспект буде розглянуто детальніше у підрозділі 1.3.

Отже, відеожурналістика у сучасному інформаційному просторі виконує не лише інформативну, а й мобілізаційну, мотиваційну і просвітницьку функції. Завдяки різноманіттю жанрів, форм і методів, вона є потужним засобом комунікації у сфері благодійності, здатним посилити довіру до благодійних проєктів, забезпечити прозорість діяльності організацій та активізувати громадянську участь.

1.3. Етичні принципи висвітлення діяльності благодійних організацій

У сучасній журналістиці, яка функціонує в умовах постійного інформаційного потоку, особливого значення набуває етичний підхід до висвітлення соціально чутливих тем. Однією з таких тем є діяльність благодійних організацій. У центрі уваги таких матеріалів часто опиняються вразливі категорії населення - діти, літні люди, особи з інвалідністю, постраждалі від воєнних конфліктів, біженці та інші. Тому журналіст зобов'язаний не лише інформувати, а й дотримуватись високих стандартів професійної етики.

Науковці у сфері журналістики акцентують увагу на необхідності чіткого дотримання моральних норм у контексті медійного висвітлення благодійності. Американський дослідник Стівен Дж. Вард у праці *The Invention of Journalism Ethics* наголошує, що сучасна етична журналістика - це не просто система правил, а ціла філософія професійної відповідальності. Він зазначає, що журналісти повинні не лише викривати правду, а й робити це таким чином, щоб не порушити гідність людини, яку вони показують аудиторії [11, с. 312-352]. Лариса Мірошниченко у своїй праці *Журналістська етика: європейські стандарти* підкреслює, що журналіст повинен бути особливо чутливим у висвітленні

соціальних проблем, зокрема - благодійності, бо саме тут особливо тонкою є межа між інформуванням і маніпуляцією емоціями [12, с. 23-28].

Етичні принципи журналістики закріплені як на міжнародному рівні, так і у національному законодавстві. В Україні функціонує Кодекс етики українського журналіста, прийнятий Національною спілкою журналістів, що визначає основні норми поведінки медіа-фахівця: правдивість, збалансованість, недопущення дискримінації, повага до приватності та людської гідності, уникнення конфлікту інтересів [13, с. 35-57]. Усі ці принципи набувають особливої актуальності під час висвітлення діяльності благодійних організацій, адже такі сюжети часто емоційно напружені, привертають увагу аудиторії та можуть використовуватися з метою підвищення рейтингу.

Однією з найважливіших етичних норм є правдивість і точність. Інформація, що подається у матеріалі, має бути перевіреною, достовірною та актуальною. У випадку з благодійними організаціями особливо небезпечною є можливість поширення неправдивих відомостей про суми пожертв, кількість одержувачів допомоги чи ефективність витрат. Будь-які спотворення можуть серйозно підірвати репутацію як самої організації, так і журналіста.

Другим важливим аспектом є повага до гідності особи, особливо якщо йдеться про вразливі групи населення. Журналіст не має права представляти героя сюжету як «жертву», використовуючи образ жалю чи безнадійності задля досягнення драматичного ефекту. У багатьох країнах журналістам заборонено знімати дітей або людей, що перебувають у кризових ситуаціях, без надання згоди їх законних представників або в умовах, коли така згода є неінформованою чи отриманою під тиском [14, с. 18-46].

У контексті інформованої згоди особливої уваги заслуговує право людини відмовитися від участі у зйомці або змінити своє рішення після запису інтерв'ю. Наприклад, якщо під час зйомки герой ділиться глибоко особистими переживаннями, журналіст зобов'язаний ще раз пересвідчитися, що герой усвідомлює наслідки публікації цієї інформації.

Важливим є також принцип неексплуатації страждань. На жаль, у деяких сюжетах благодійна діяльність зводиться до образу «бідного і нещасного» героя, що потребує допомоги, в той час як організація подається як рятівник. Такий підхід не лише принижує людську гідність, але й формує хибну уяву про соціальну нерівність. Етична журналістика має підкреслювати гідність кожної особи, незалежно від її життєвих обставин [15, с. 77-83].

Принцип прозорості означає, що журналіст має повідомляти аудиторію, якщо сюжет створено на замовлення або якщо матеріал підтримує конкретну благодійну організацію. Приховування таких фактів є порушенням стандартів чесної журналістики. Згідно з Європейською федерацією журналістів, у випадках спонсорованого контенту інформація про це має бути чітко позначена у тексті чи під відео [16, с. 19-47].

Не менш важливим є питання конфлікту інтересів. Якщо журналіст сам є учасником або волонтером організації, про яку йде мова, він має повідомити про це аудиторію. Це дозволяє уникнути звинувачень у необ'єктивності та зберегти довіру до медіа.

Ще одним викликом у роботі з благодійною тематикою є емоційна маніпуляція. У відеожурналістиці емоційний вплив посилюється візуальним рядом, звуковим оформленням та монтажем. Журналісти мають утримуватися від надмірної естетизації страждань або використання трагічних кадрів без контексту. Важливо, щоби емоція працювала не задля драматизму, а задля розуміння проблеми.

Узагальнюючи викладене, можна виділити шість ключових принципів, які мають регулювати висвітлення благодійності у медіа:

- Точність - перевірені факти, правдива статистика, конкретика.
- Гідність - недопущення приниження, демонстрація поваги до героя.
- Згода - усвідомлена, добровільна участь у зйомці.
- Прозорість - повідомлення про джерела фінансування матеріалу
- Неексплуатація - відмова від драматизації або виклику жалю.

— Об'єктивність - висвітлення різних сторін благодійної діяльності, включно з критикою.



Рис. 1.2 Схема етичних принципів у журналістиці при висвітленні благодійності

Джерело: складено автором на основі [13].

Узагальнюючи, можна стверджувати, що етичні принципи в журналістиці - це не лише правила професійної поведінки, але й інструмент, який дозволяє зберегти довіру до медіа, повагу до людини та ефективність соціального впливу. У контексті благодійності дотримання цих норм є критично важливим, адже саме медіа є посередником між тими, хто потребує допомоги, і тими, хто її може надати.

Висновки до розділу 1

Проведене дослідження засвідчило, що благодійність у сучасному суспільстві виступає не лише як акт милосердя чи соціальної підтримки, але й як важливий індикатор розвитку громадянської свідомості, горизонтальних зв'язків, соціального капіталу та демократичних процесів. У XXI столітті вона набула нових форм, трансформуючись у системний соціальний процес, що охоплює не тільки допомогу нужденним, а й широку мобілізацію суспільних ресурсів, активізацію

громадянської участі та формування соціального порядку денного. У цьому контексті зростає значення медіа - зокрема, журналістики, яка виступає посередником між учасниками благодійної діяльності: донорами, отримувачами допомоги та ширшою громадськістю.

Важливим аналітичним підсумком є те, що журналістика, особливо відеожурналістика, не лише інформує, але й формує суспільну думку, мобілізує людей до участі в добродійних ініціативах, сприяє прозорості, а також впливає на соціальні наративи. Відеоформати завдяки своїй емоційній виразності і здатності передавати візуальні контексти стали одним із найефективніших інструментів висвітлення соціально важливих тем. Такі жанри, як відеорепортаж, документальний фільм, відеоінтерв'ю, відеонарис та відеоінфографіка, забезпечують багатогранне подання теми благодійності, адаптуючи її до різних аудиторій і платформ.

Водночас ефективне та відповідальне висвітлення діяльності благодійних організацій неможливе без дотримання чітких етичних стандартів. Як доводить аналіз у підрозділі 1.3, журналіст має дотримуватись принципів точності, гідності, інформованої згоди, прозорості, неексплуатації та об'єктивності. Ці принципи не лише регламентують професійну діяльність, а й захищають права героїв сюжетів, особливо якщо йдеться про вразливі категорії населення. Дотримання таких норм підвищує довіру до ЗМІ, забезпечує сталу репутацію як журналіста, так і благодійної організації, та сприяє розвитку здорового медіасередовища.

Варто також підкреслити, що сучасна журналістика не є пасивним спостерігачем соціальних процесів. У контексті благодійності вона перетворюється на активного учасника змін, здатного не лише віддзеркалювати дійсність, а й впливати на неї. Саме тому журналісти мають особливу відповідальність за спосіб подачі інформації, вибір ракурсів, акцентів та наративів. Неетичне або упереджене висвітлення може мати негативні наслідки - від втрати довіри до маніпуляції громадською думкою.

Таким чином, розділ підтверджує, що журналістика, зокрема у форматі відео, є важливим чинником ефективної благодійної діяльності в умовах сучасної

медіаекономіки та соціальних викликів. Вона виконує інформаційну, комунікативну, мобілізаційну і контрольну функції, формуючи відповідальні медіапрактики і впливаючи на розвиток громадянського суспільства. Перспективним напрямом подальшого дослідження є аналіз конкретних кейсів відеожурналістики у сфері благодійності, а також вивчення впливу етичних порушень на репутацію медіа та довіру громадськості.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ПРАКТИКИ СТВОРЕННЯ ВІДЕОСЮЖЕТІВ ПРО БЛАГОДІЙНІСТЬ

2.1. Огляд українських відеоматеріалів (на прикладі каналів «Суспільне», «ТСН», YouTube-проектів)

У сучасному медіапросторі благодійність стала однією з ключових тем, що активно висвітлюється в теленовинах, спеціальних репортажах та авторських YouTube-проектах. З огляду на зростання ролі громадянського суспільства в Україні та підвищений суспільний інтерес до волонтерства і доброчинності, зокрема після 2014 року й особливо - після повномасштабного вторгнення РФ у 2022 році, увага журналістів до цієї тематики закономірно зростає. У цьому підрозділі проаналізуємо, як висвітлюється тема благодійності у відеоформаті на прикладі найпопулярніших українських медіаплатформ: телеканалу «Суспільне», «ТСН» (Телевізійна служба новин на «1+1») та низки незалежних YouTube-проектів.

На думку медіадослідниці Олени Голуб, благодійна тематика вимагає особливої журналістської уважності до етичних аспектів - неприпустимою є експлуатація образу постраждалого задля емоційного ефекту [17, с. 1-9]. Попри це, практика показує, що журналісти змушені балансувати між потребою привернути увагу глядача і збереженням поваги до гідності героїв сюжетів. Дослідження контенту трьох платформ дозволяє виявити характерні підходи, жанри, стилістичні особливості та рівень відповідності професійним стандартам.

Канал «Суспільне»

«Суспільне» як національний громадський мовник регулярно готує відеоматеріали про діяльність благодійних організацій, волонтерів та ініціатив, зосереджених на допомозі військовим, переселенцям, дітям з інвалідністю тощо. Формати подачі здебільшого включають: репортажі, короткі інформаційні сюжети та інтерв'ю з представниками благодійних фондів.

Наприклад, сюжет «Як благодійники допомагають дітям з аутизмом» демонструє приклад ретельного дотримання стандартів точності, збалансованості та етичної коректності [18, с.13-40]. Автори уникають стереотипів, надають слово

як благодійникам, так і отримувачам допомоги, і не порушують приватність героїв. Матеріал зосереджений на процесі надання допомоги, акцентує на важливості системної підтримки, а не лише емоційній реакції.

ТСН («1+1»)

На відміну від «Суспільного», формат ТСН передбачає більш емоційну подачу. Сюжети часто починаються з особистої драми або вражаючого факту. Проте в більшості випадків журналісти ТСН намагаються збалансувати сенсаційність і етику. Наприклад, відеосюжет «Війна не зупинила добровольців: історії волонтерів, які допомагають щодня» подає сильні особисті історії, доповнені інтерв'ю з фахівцями [19, с. 11-39]. Автори пояснюють джерела фінансування, уникають маніпулятивних кадрів, і водночас акцентують на ефективності добровольності через позитивні приклади.

Однак критики зазначають, що подекуди сюжети ТСН можуть надмірно апелювати до емоцій - наприклад, кадри дітей у лікарнях або драматичне музичне тло. Це суперечить рекомендаціям ЮНЕСКО щодо етичного висвітлення вразливих груп [20, с.21-56].

YouTube-проекти: «Твоя Опора», «Ukrainianer», «Без броні»

Інтернет-платформи надають значно більшу свободу авторам, що впливає як на якість, так і на стилістику матеріалів. Наприклад, благодійна організація «Твоя Опора» регулярно публікує відео про свої проекти допомоги дітям у лікарнях. Ці відео виконані у форматі документального нарису, з авторською подачею, відсутністю дикторського тексту і мінімумом редагування. Це додає автентичності, проте часом виникають запитання щодо об'єктивності - відсутність третьої сторони може виглядати як піар.

Проект «Ukrainianer» підходить до теми благодійності комплексно - наприклад, серія «Добрі справи під час війни» містить глибокі історії про маловідомі волонтерські ініціативи з регіонів [21, с. 117-134]. Матеріали відрізняються високою візуальною якістю, добре структурованими сюжетами, але іноді містять приховану рекламу партнерських проєктів.

Цікавою є робота ініціативи «Без броні», яка висвітлює психологічну реабілітацію військових і роль благодійних фондів у цій сфері. Їхні відео базуються на експертних коментарях, чим досягається баланс між емоційністю і доказовістю. На основі проаналізованих матеріалів можна узагальнити особливості висвітлення теми благодійності у відеожурналістиці в таблиці:

Табл. 1.3

Висвітлення теми благодійності у відеожурналістиці

Медіа	Жанрові особливості	Форма подачі	Етичні аспекти	Цільова аудиторія
Суспільне	Аналітичні сюжети, репортажі	Стримана, фактологічна	Повага до гідності героїв, збалансованість	Широка аудиторія, зацікавлена в суспільних темах
ТСН	Новинні сюжети, емоційні репортажі	Динамічна, емоційна	Ризик маніпуляцій, емоційний тиск	Масова глядацька аудиторія
Твоя опора (YouTube)	Документальні відео, щоденники	Авторська, емоційно особиста	Однобокість, домінування благодійників	Підписники, благодійники, батьки
Ukrainian	Історії, репортажі	Візуально естетична, глибока	Прозорість, показ різних сторін	Культурно зацікавлена аудиторія
Без броні	Інтерв'ю, експлейнери	Фактологічна, нейтральна	Фаховий підхід, мінімум емоцій	Військові, ветерани, фахівці у сфері психічного здоров'я

Джерело: складено автором на основі [20, 21].

Таким чином, аналіз українських відеоматеріалів дозволяє виділити кілька ключових тенденцій. По-перше, наявна різниця між публічними й комерційними

ЗМІ в підходах до висвітлення благодійності: перші орієнтуються на збалансованість і просвітництво, другі - на емоційний ефект. По-друге, незалежні YouTube-проекти заповнюють нішу авторських глибоких історій, але потребують етичного самоконтролю. По-третє, найефективнішими вважаються ті матеріали, які поєднують особисті історії з аналітичним підходом, не вдаючись до маніпуляції.

У наступному підрозділі буде розглянуто, якими є структура, технічні прийоми та креативні методи створення якісних відеосюжетів про благодійність на прикладі окремих кейсів.

2.2. Сценарна структура та емоційний вплив у відеорозповідях

У сучасному інформаційному просторі відеоконтент став одним із найефективніших інструментів комунікації, особливо у сфері благодійності. Благодійні організації дедалі частіше звертаються до використання відеоформату для залучення уваги до соціально важливих тем, адже відео дозволяє не лише інформувати, але й емоційно впливати на аудиторію. Сценарна структура та емоційне наповнення відеорозповідей відіграють вирішальну роль у тому, як саме аудиторія сприйматиме представлену історію, чи відчує емпатію до героїв і чи буде готова підтримати ініціативу.

Сценарна структура благодійного відео - це ретельно вибудована послідовність подій, що підпорядковується логіці емоційного залучення. Основною метою такої структури є побудова довіри, формування відчуття співпереживання та створення мотивації до дії. В основі найефективніших благодійних відеосюжетів лежить класична модель сторителінгу, яка включає кілька ключових етапів: вступ або визначення проблеми, розвиток дії (представлення рішення), кульмінацію (демонстрацію результатів) та розв'язку (заклик до дії).

На першому етапі глядачеві презентується проблема, яку прагне вирішити благодійна організація. Цей момент є критично важливим, оскільки саме тут встановлюється початковий контакт із аудиторією. Важливо, щоб проблема була конкретною, актуальною та представлена через особистісний досвід - зазвичай

через історію конкретної людини або групи людей. Такий підхід сприяє формуванню емоційного зв'язку, дозволяє глядачеві ідентифікувати себе з героями та відчутти важливість проблеми. Як зазначає Т. Хіт у своїй праці «Made to Stick», конкретні історії краще запам'ятовуються та викликають більший резонанс, ніж узагальнені дані чи абстрактні концепції [24, с. 23-187].

Наступним кроком у структурі відео є представлення рішення. Тут аудиторія дізнається, яким чином благодійна організація втручається в ситуацію та намагається змінити обставини на краще. Часто у цьому фрагменті демонструються кадри волонтерської роботи, розповідається про програми підтримки, вказується на джерела фінансування та зусилля, які докладаються для подолання виклику. Глядач повинен чітко зрозуміти, що існує реальний механізм допомоги, який уже працює, і що його особиста участь може мати значення.

Кульмінацією історії стає показ змін - тобто демонстрація результатів, яких вдалося досягти завдяки підтримці організації. У цьому епізоді зазвичай показують покращення життєвих умов героїв, їхню вдячність, емоційні реакції, повернення до повноцінного життя. Це один із найважливіших моментів, який забезпечує емоційне задоволення глядача та формує переконання у доцільності благодійності.

Завершується відео сильним закликком до дії. Це може бути прохання про пожертви, волонтерську допомогу, підписку або поширення інформації. Головне - сформулювати заклик просто та переконливо, показавши, що навіть незначна участь глядача може зробити вагомий внесок у вирішення проблеми. Як підкреслює Г. Дженкінс у своїй теорії «участі аудиторії», саме усвідомлення значущості власної дії сприяє мобілізації соціальних ресурсів і залученню до громадянської активності [25, с. 9 - 27].

У контексті емоційного впливу відео виступає не лише як засіб передачі інформації, але й як засіб моделювання почуттів. Як свідчать дослідження М. Грін та Т. Брока, при перегляді наративного відео у глядача активується механізм «транспортування», за якого він буквально «переноситься» у світ історії, починає співпереживати героям, втрачає критичну дистанцію й відкривається до впливу

[25, с.56-112]. Саме емоції, а не логічні аргументи, найчастіше визначають, чи глядач зробить крок назустріч благодійності.

Серед технічних інструментів, які посилюють емоційний вплив, варто відзначити музичне оформлення, динаміку монтажу, кольорову гаму, а також спосіб подачі голосу (voice-over). Наприклад, повільний темп відео з меланхолійною музикою викликає співчуття та роздуми, тоді як динамічне відео з енергійним ритмом активізує глядача, підштовхуючи його до дії. Візуальна мова має працювати у злагоді зі сценарієм і не перевантажувати глядача надмірними спецефектами або інформацією. Простота та автентичність - ключові ознаки ефективного благодійного відео.

Крім того, використання реальних історій, які базуються на справжніх подіях, значно підвищує рівень довіри. Глядачі краще реагують на щирі свідчення та відверті емоції, ніж на постановочні сцени. Аутентичність формує відчуття правдивості та спонукає до емпатії. У дослідженнях гуманітарного сторителінгу підкреслюється, що навіть короткі відео з історіями окремих осіб можуть справити значно більший вплив, ніж масштабні звіти або презентації [26, с. 38-74].

Таким чином, сценарна структура та емоційний вплив у відеорозповідях про благодійність є взаємозалежними елементами, які разом визначають ефективність комунікації з аудиторією. Грамотно побудована історія, доповнена візуальними й аудіо ефектами, здатна не лише донести соціальне повідомлення, а й сформувану готовність до дії. У світі, де інформаційна перевантаженість знижує увагу аудиторії, саме емоційний контент і людські історії стають найпотужнішими інструментами впливу.

2.3. Практичний кейс: створення подкасту «Стежки війни, стежки любові»

У сучасному медіапросторі подкаст став ефективним інструментом журналістики, зокрема при висвітленні благодійних ініціатив і культурно-гуманітарних проєктів. Аудіоформат надає можливість створювати глибші, емоційно насичені історії, що сприяє глибшому зануренню слухача в тему. Одним

із прикладів такого використання стала робота над студентським подкастом «Стежки війни, стежки любові», присвяченим однойменній волонтерській збірці, що поєднує сучасну поезію та фотографію з гарячих точок війни.

Метою створення подкасту було не лише ознайомлення слухача з книгою, а й фіксація культурного феномену благодійності як живого процесу, що народжується на стику особистого досвіду, мистецтва та спільної справи. Важливою особливістю епізоду став його гість - поет, видавець та ініціатор книжкового проєкту Віталій Бирчак, який поділився особистими мотиваціями, труднощами та досягненнями на шляху створення збірок «Незламні» та «Стежки війни, стежки любові».

Автор підкреслив, що ці проєкти з самого початку мали на меті не комерційну вигоду, а підтримку Збройних Сил України. Завдяки продажу книжок, презентаціям і благодійним аукціонам було зібрано сотні тисяч гривень, за які закупували дрони, тепловізори, медикаменти та інші речі першої необхідності для військових. Таким чином, мистецтво стало інструментом прямої допомоги. Благодійність, у цьому випадку, - це не лише збір коштів, а спосіб говорити мовою культури про війну, людську гідність і любов.

Гість подкасту розповів, що до роботи над книгою долучились десятки людей: поети, фотографи, верстальники, редактори. Зокрема, фотоілюстрації до книги були надані волонтерами та фотокореспондентами, які безкоштовно поділилися своїми знімками з деокупованих територій. Деякі з фотографій - це репортажі з Херсонщини, Донеччини, Київської області. Як наголосив Бирчак, усі учасники погоджувалися безоплатно, розуміючи важливість проєкту та його некомерційний характер.

Процес створення подкасту розпочався з ідеї відобразити цінність книжки не як продукту, а як частини великого соціального процесу. Відтак було сформульовано тему епізоду, підібрано героя, узгоджено формат розмови - неформальне інтерв'ю. Наступним етапом стала підготовка сценарного плану, який містив ключові питання, що дозволили вибудувати діалог логічно й емоційно послідовно. Запис здійснювався в домашніх умовах за допомогою смартфона та

зовнішнього мікрофона. У зв'язку з цим, частину фонових шумів було видалено під час аудіомонтажу.

Монтаж тривав кілька годин і включав очищення звуку, вирізання технічних моментів, вставлення пауз, які полегшують сприйняття. У процесі постпродакшну особливу увагу приділено інтонації та динаміці. Як зазначає дослідниця А. Бояринова, «аудіо — це не лише інформативне, але й емоційне середовище, в якому важливо передати інтонацію, динаміку та щирість спілкування» [28, с. 147-185]. Саме це забезпечує ефект присутності, який особливо цінується в жанрі подкасту.

Змістовий аналіз епізоду показує, що наратив у ньому формується на основі особистого досвіду гостя, емоцій, а також практичної інформації: про авторів, обсяг зібраних коштів, подальші цілі. Значну частину часу займає розмова про роль культури в період війни. Бурчак наголошує, що книжка - це також «засіб збереження пам'яті» і що вона має залишитися як свідчення для майбутніх поколінь. Такі слова перегукуються з думками письменника Юрія Андруховича, який писав, що «війна триває не лише на фронті, але й у текстах».

У подкасті порушено й питання міжнародного звучання української тематики. Книга була перекладена англійською мовою, її презентації відбулися в Берліні, Варшаві, інших європейських містах. За словами гостя, іноземці виявляють інтерес не лише до гуманітарної ситуації, але й до культурного коду українців - до того, як вони говорять про війну через поезію, фото, музику. Саме такі проекти сприяють формуванню позитивного іміджу країни за кордоном.

З точки зору журналістської практики, створення цього подкасту є прикладом реалізації мультимедійного формату, в якому поєднуються інтерв'ю, звуковий монтаж і документальний підхід. Як пише М. Павлик, «подкасти сьогодні перетворюються з розважального інструменту на аналітичну форму медійної журналістики, яка дозволяє висвітлювати складні теми глибше, ніж традиційні новини». У цьому сенсі студентський продукт виконав просвітницьку, документальну, репрезентативну і водночас благодійну функції.

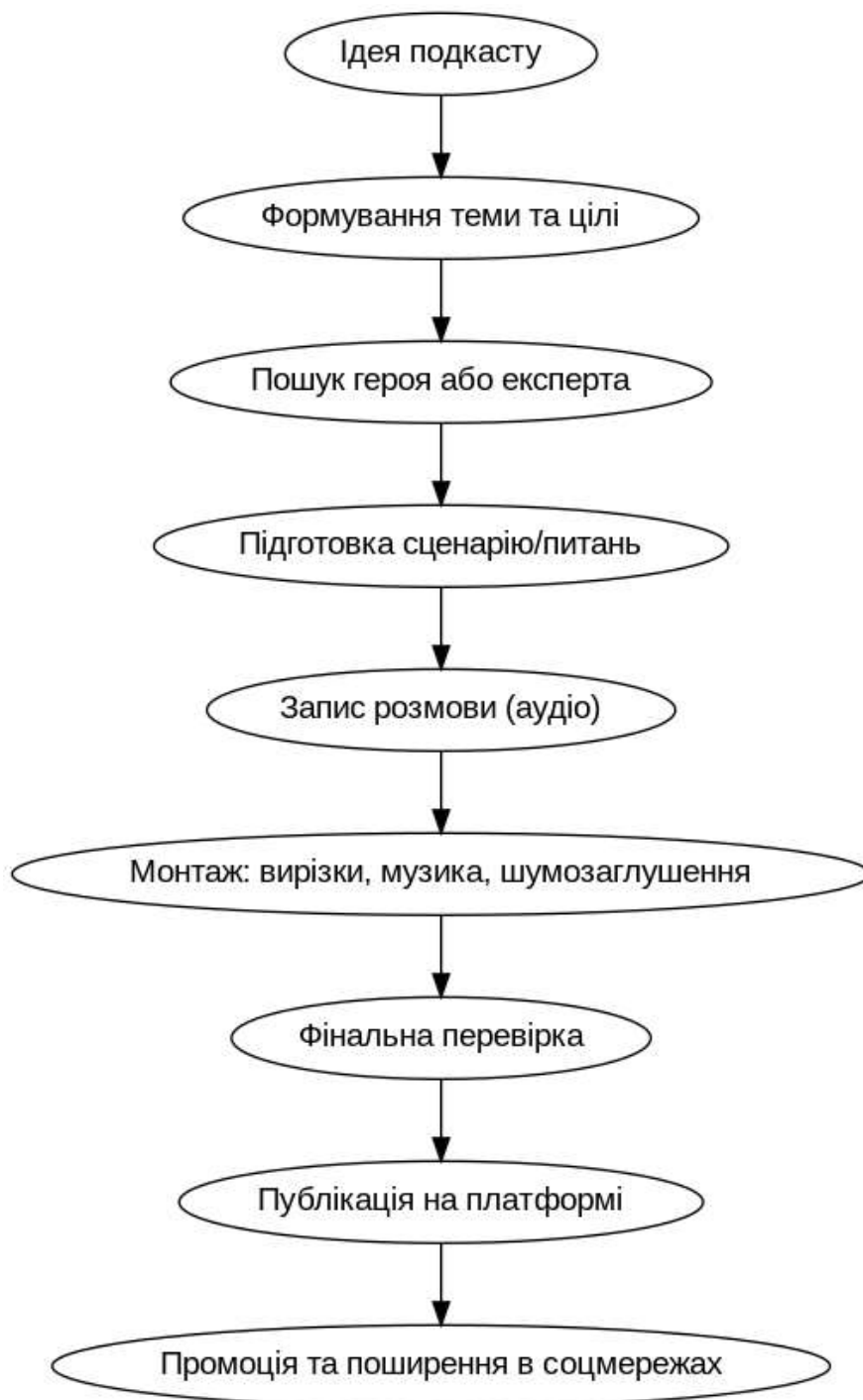


Рис. 2.1 Алгоритм розробки подкасту

Джерело: складено автором

Додатковим педагогічним результатом стало засвоєння практичних навичок: підготовки сценарію, модерації розмови, технічного аудіомонтажу, створення обкладинки та поширення подкасту в соціальних мережах. Така робота формує не лише фаховість, а й громадянську позицію, розвиває емпатію, відповідальність і здатність комунікувати про важливі соціальні процеси засобами журналістики.

Таким чином, подкаст «Стежки війни, стежки любові» став не лише навчальним кейсом, а й справжнім журналістським документом часу, що фіксує співзвучність культури, благодійності й медіа в умовах війни. Він став своєрідним мостом між внутрішнім переживанням і суспільною відповідальністю, між поезією і практикою, між правдою особистою і правдою нації.

Висновки до розділу 2

Проведений аналіз підтверджує, що тема благодійності посідає важливе місце в українському відеомедійному просторі, а відеоформати - від традиційних телевізійних сюжетів до незалежних YouTube-проектів та подкастів - є дієвими каналами для її висвітлення. Відеожурналістика, зокрема в умовах війни, набуває функції не лише інформування, а й моральної підтримки, мобілізації ресурсів, формування довіри та емоційного зв'язку з аудиторією.

Проаналізовані матеріали «Суспільного», ТСН і незалежних YouTube-ініціатив показують, що благодійність у відеоконтенті подається в різних форматах - від стриманих аналітичних репортажів до емоційних авторських історій. Стилiстичні та жанрові особливості залежать від типу медіа, проте спільною рисою є прагнення достукатися до глядача через людські долі, реальні ситуації та конкретні приклади допомоги. Зросла увага також до етичних аспектів: журналісти дедалі частіше уникають маніпуляцій, а натомість звертаються до балансу фактів і почуттів.

Детальний розгляд сценарної структури благодійного відео дозволив виявити, що успіх таких матеріалів залежить від якісного сторителінгу: чіткої побудови сюжету, автентичності, динаміки подачі, грамотно підбраного музичного супроводу та щирого емоційного тону. Відео, яке викликає емпатію, водночас повинно бути етично виваженим і відповідальним, зокрема щодо зображення вразливих груп.

Практичний кейс створення подкасту «Стежки війни, стежки любові» є свідченням того, як студентська журналістика може стати повноцінним

інструментом не лише професійного становлення, а й соціальної взаємодії. Подкаст виконав декілька функцій - інформативну, благодійну, культурну та просвітницьку. Завдяки мультимедійному підходу вдалося поєднати голос людини, емоцію, зміст і соціальне повідомлення в одному форматі.

Таким чином, відеоформати благодійної журналістики в Україні перебувають у динамічному розвитку. Вони трансформуються, розширюються і вдосконалюються, відповідаючи викликам часу. Успішні приклади доводять, що добродійність - це не лише про допомогу, а й про історії, які варто розповідати. І саме журналісти - незалежно від платформи - мають відповідальність робити це глибоко, з повагою й натхненням.

РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ПІДКАСТУ ЯК ФОРМИ ДОКУМЕНТАЛІСТИКИ БЛАГОДІЙНОСТІ І ВОЛОНТЕРСТВА

3.1. Сюжетна структура та емоційна динаміка

Антологія «Стежки війни, стежки любові» виступає прикладом сучасного українського медіапродукту, в основі якого лежить глибока емоційна та мистецька рефлексія на події війни. Це не просто збірка поетичних текстів - це цілісний культурний проєкт, що поєднує в собі літературу, фотографію, громадянську позицію та волонтерську мету. Структура збірки є фрагментарною, однак водночас внутрішньо логічною та послідовною за емоційною напругою. Вона вибудовується не за хронологією подій, а відповідно до динаміки внутрішнього стану авторів і читачів, що проживають війну через слово.

Основою сюжетної побудови антології є багатоголосся - у збірці представлено поезію восьми авторів, кожен з яких пропонує власну інтерпретацію війни, любові, втрат і надії. Цей поліфонічний підхід дозволяє відтворити широку палітру переживань та емоцій, характерних для різних куточків України та різних типів досвіду - цивільного, військового, волонтерського, особистісного.

Тематичний простір антології умовно можна поділити на кілька емоційних блоків:

- вірші про втрату та смерть;
- тексти про біль і травму, спричинену війною;
- поезії про любов як опору в темні часи;
- рефлексії на тему пам'яті, прощення, духовного осмислення;
- тексти надії, подолання, сили духу.

У першій частині збірки переважають тексти, насичені гострим болем, відчуттям втрати та тривоги. Автори зображують війну через конкретні образи — руйнування, порожні вулиці, сльози, крик матері. Ці поезії є свідченням моменту, у якому відсутній спокій, у якому кожна емоція – гранична. На цьому етапі формується емоційне занурення читача у середовище конфлікту [28, с. 112-153].

У серединній частині збірки відбувається перехід до складнішого емоційного простору: з'являється осмислення втрати, внутрішній діалог, питання про віру,

справедливість, любов. Ці тексти є трансформаційними: через них читач переживає перехід від шоку до прийняття й роздумів. У цьому розділі автори поєднують поетичну форму з філософським змістом, вдаються до інтимної тональності.

Фінальні розділи антології - це поезії про надію, пам'ять і життя після втрат. У них звучить тема вдячності, любові, майбутнього. Автори не ідеалізують дійсність, однак наполягають на збереженні людяності, чутливості, відкритості серця. Це етап, на якому читач проживає катарсис і виходить із тексту з відчуттям світла попри темряву.

Особливу роль у формуванні емоційної динаміки збірки відіграє візуальний супровід. Фотографії, зроблені на деокупованих територіях, підсилюють тексти, додають їм документальної глибини. Зображення руїн, очей військових, дітей на тлі зруйнованих шкіл стають не просто ілюстраціями, а емоційними маркерами. У такий спосіб візуальний образ і текст творять єдине емоційне поле впливу на читача.

У структурному сенсі збірка нагадує своєрідну емоційну подорож, маршрут якої проходить через біль, рефлексію, надію. Це не класичний сюжет із зав'язкою, кульмінацією і розв'язкою, а драматургія відчуттів, етапів прийняття та осмислення. Читач ніби мандрує внутрішніми стежками – війни й любові – разом з авторами, і ця подорож є інтенсивною, глибокою, а головне – трансформуючою.

Для зручності сприйняття у наступному підпункті буде подано таблицю, яка узагальнює основні сюжетні елементи та емоційні лінії збірки «Стежки війни, стежки любові». У таблиці відображено теми, етапи емоційної динаміки, образи та функції медіапродукту.

Табл.3.1

Основні сюжетні та емоційні моменти антології «Стежки війни, стежки любові»

Аспект	Опис
Тип збірки	Антологія сучасної української поезії з фотодокументацією
Назва	Стежки війни, стежки любові

Тематика	Війна, любов, втрати, незламність, духовна єдність, внутрішня опора
Форма побудови	Мозаїчна, багатоголоса структура: кожен поет презентує особисте бачення подій
Ключові етапи емоційної динаміки	1. Шок і травма 2. Осмислення досвіду 3. Надія й любов як життєва опора
Основні емоції	Біль, розпач, смуток → вдячність, любов, світло, надія
Сюжетна логіка	Поступовий емоційний рух від темряви (війна) до світла (любов)
Авторська концепція	Поезія як фіксація реальності, мистецька відповідь на біль, спосіб підтримати одне одного й надихнути
Учасники проєкту	8 поетів, кілька фотографів (з деокупованих територій), координатор – Віталій Бирчак
Волонтерський вимір	Проєкт створено без комерційної мети; зібрані кошти передаються на потреби ЗСУ
Візуальний супровід	Документальні світлини, які підсилюють емоційне сприйняття текстів
Значення для культури	Творення сучасної української літературної пам'яті; матеріал для емоційного осмислення війни
Мовна доступність	Українською та англійською мовами
Функції збірки	Літературне свідчення, емоційна підтримка, трансляція культурної незламності, залучення світової спільноти через мистецтво

Джерело: складено автором на основі [19].

Таким чином, сюжетна структура антології розкривається не як послідовність подій, а як глибока емоційна та культурна карта. Її поетичний простір фіксує не лише особисті переживання, а й колективну пам'ять покоління, яке стало свідком і учасником війни. А динаміка від болю до любові, від темряви до світла – стає головним смисловим шляхом цієї книжки, завдяки чому вона набуває

особливого значення не лише в межах художнього виміру, а й у контексті історичної пам'яті та національної ідентичності.

Емоційна насиченість текстів, їхня сюжетна та символічна глибина утворюють цілісний літературний простір, що продовжує впливати на читача навіть після завершення останнього рядка. Таким чином, «Стежки війни, стежки любові» - це не просто збірка поезій, а щоденник епохи, що говорить мовою серця.

3.2. Образ волонтера в поезіях автора

У поетичній творчості Віталія Буичака, представлений у збірках "Стежки війни, стежки любові" та фотопоетичному альбомі "Незламній", особливе місце посідає образ волонтера. Цей образ втілює глибоку моральну позицію автора, його особисту залученість у події війни, а також загальнонаціональне прагнення до підтримки, пам'яті та духовного спротиву. У віршах Бирчака волонтер постає не лише як людина, що допомагає іншим, а як символ етичної дії, внутрішньої сили, любові та жертвовності.

Вивчення поетичних текстів автора дозволяє виокремити провідні семантичні лінії, через які розкривається образ волонтера. Передусім це — жертвовність, емпатія, стійкість та безкорислива підтримка інших. Вірші, що містять згадки про допомогу фронту, пам'ять про загиблих, молитву за живих, формують особливий тип героїзму - тихого, невидимого, але вкрай значущого. Таким чином, волонтер в поезії Віталія Бирчака не лише виконує практичну функцію, але й набуває символічного значення.

Художній аналіз дозволяє стверджувати, що автор уникає прямого героїзації волонтера. Натомість він наголошує на глибинному внутрішньому мотиві дії - потребі бути поруч, взяти на себе частину болю, бути ланкою єднання між тилом і фронтом. У поетичному просторі Бирчака волонтер - це людина, яка не боїться бути вразливою, яка плаче, згадує, молиться, але не зупиняється. Саме така позиція поєднує особистий і суспільний вимір ролі волонтера.

Доцільним є також виділення тематичних аспектів, через які у текстах формується даний образ:

- **Жертовність.** Волонтер діє, не вимагаючи винагороди; він — частина сили спротиву.
- **Пам'ять.** Постійна згадка про загиблих героїв і збереження їхніх імен — як форма продовження боротьби.
- **Сила через мовчання.** Волонтер не говорить - він діє. Його героїзм - у щоденній непоказній роботі.
- **Духовність.** Через релігійні мотиви (молитви, апостольські образи) автор підкреслює моральну глибину діяльності волонтера.
- **Вразливість.** Емоційні тексти не приховують болю. Волонтер не є бездушним героєм - він людина, яка також страждає, але не опускає рук.

У кількох поезіях Бирчак використовує символічні паралелі: волонтер як мандрівник, який іде крізь темряву; як світло, що тримає ніч; як міст між минулим і майбутнім. Водночас образ волонтера уособлює і самого автора, який виступає не тільки спостерігачем, а й активним учасником волонтерського руху. Видання збірки як форма допомоги ЗСУ підсилює автентичність цього образу.

У контексті загального смислового простору антології, волонтер - це людина, яка творить майбутнє через турботу про сьогоднішнє. Його фігура не лише сюжетна — вона структурна: вона поєднує теми війни, любові, пам'яті, дії. Саме тому образ волонтера є одним із ключових і визначальних у поетиці збірки.

Нижче подано схематичне зображення, що візуалізує концептуальні компоненти образу волонтера у поетичній творчості Віталія Бирчака. Схема ілюструє ключові напрямки втілення образу волонтера в авторському доробку, зокрема через метафоричні образи, емоційні стани та символічні посилання. Вона візуалізує багатовекторність цього феномена - від буденного до сакрального.

Таким чином, поетична репрезентація волонтера у творчості Віталія Бирчака відзначається високим рівнем емоційної автентичності, моральної глибини та структурної ваги. Цей образ є не лише естетичним, а й суспільно значущим - як вияв нової етики війни, де не байдужість, а участь, не страх, а співчуття, не



Рис. 3.1 Образ волонтера очима автора

Джерело: складено автором на основі [19].

Не слабкість, а духовна мужність стають визначальними рисами людини доби спротиву.

3.3. Літературні особливості поетичної збірки

Поетична збірка «Стежки війни, стежки любові» є прикладом сучасної української літератури, що виникла в умовах повномасштабної війни й засвідчує трансформацію художнього слова в інструмент громадянського опору, пам'яті та любові до країни. Вона поєднує в собі не лише авторську поезію, а й документальну фотографію, створюючи синкретичний твір, що функціонує на межі між літературою, публіцистикою й фотомистецтвом.

Основна тематика збірки зосереджується навколо війни, але не з точки зору стратегії чи фронтових звітів, а крізь призму людських дол, втрат, переживань, внутрішньої боротьби. Автори торкаються таких тем, як прощання з близькими, пам'ять про загиблих, усвідомлення крихкості життя, любов до України, біль матері, що втратила сина. Війна в поезіях постає не як абстрактна подія, а як

щоденна присутність у снах, у жестах, у тиші, у відлуннях, що переслідують. Цей підхід формує новий пласт української воєнної лірики - глибоко особистої, емоційно насиченої, напруженої у своїй простоті.

У збірці використовуються переважно вільні вірші (верлібри), що відповідає сучасним тенденціям в українській поезії та дозволяє авторам більш гнучко й природно передавати складні емоційні стани. Тексти часто побудовані на внутрішньому монолозі, звертаннях, риторичних запитаннях, асоціативних ланцюгах. Метафори й символи в поезіях органічно поєднані з деталями повсякденності - згадками про чай, шибки, бинти, зруйновані будинки, обійми, які не встигли відбутись. Поетичне слово тут не ховається за складною формою, а навпаки — максимально оголене, щире, болюче. У текстах звучить оголена правда - без пафосу, без прикрас, із граничною відвертістю.

Збірка має колективну авторську модель: у ній представлені вірші восьми сучасних українських поетів і поеток, серед яких Ярина Черногуз, Павло Вишебаба, Таня-Марія Литвинюк, Юлія Жирохова, Віталій Бирчак, Юлія Вротна, Юлія Максимейко, Олег Вишиванюк. Цей підхід дозволяє охопити широкий спектр досвідів - як воєнних, так і цивільних. Автори мають різне тло: хтось із них є військовослужбовцем, хтось - викладачем, журналістом, волонтером. Така багатоголосість збагачує збірку, дозволяючи побачити війну з різних ракурсів. При цьому збірка зберігає цілісність завдяки спільному ціннісному підходу - прагненню передати правду про свій час через поезію.

Особливу роль у структурі збірки відіграє візуальний компонент. Вірші супроводжуються світлинами з передової, деокупованих територій, портретами військових і волонтерів. Фотографії виконують не лише ілюстративну функцію, а є повноцінною частиною художнього висловлювання. Вони надають текстам додаткової глибини, візуалізують те, що в поезії залишається поза словами, а також сприяють сильнішому емоційному зануренню читача. Таким чином, збірка «Незламній» постає як фотопоетичний літопис війни - водночас художній і документальний.

Збірка також має чітке громадянське спрямування. Вона є частиною волонтерського проекту, кошти від якого спрямовуються на допомогу Збройним силам України. Це зумовлює подвійне функціонування книги: як мистецького твору і як інструменту реальної підтримки. Через поезію та фотографію автори звертаються до співвітчизників і до світу, актуалізуючи потребу пам'ятати, відчувати, діяти. Таким чином, збірка має не лише художнє, а й соціальне, етичне, культурне значення.

У підсумку, поетична збірка «Стежки війни, стежки любові» демонструє сучасний підхід до творення поезії - відкритості до діалогу з реальністю, глибоко емоційної, з чітким соціальним меседжем. Вона поєднує слово і образ, індивідуальне й колективне, естетичне й документальне. Літературні особливості збірки проявляються у виборі форми, стильових прийомах, авторській багатоголосості та інтермедійності. Усе це разом формує нову якість української поезії воєнного часу - поезії, що не просто фіксує дійсність, а є її невід'ємною складовою.

Висновки до розділу 3

Антологія «Стежки війни, стежки любові» постає не лише як літературна збірка, а як багатовимірний медіапроект, у якому поєднано поезію, фотографію, волонтерський досвід і громадянську позицію. Аналіз сюжетної структури й емоційної динаміки засвідчив, що збірка функціонує як емоційна карта війни - від болю та шоку до надії та любові. Поліфонічність авторських голосів та мозаїчність побудови створюють цілісний літературно-документальний простір, у якому читач проживає трансформаційну подорож разом з авторами.

Образ волонтера в поезіях Віталія Бирчака набуває символічного значення: це не лише людина, що допомагає, а моральний дороговказ, носій внутрішньої сили, духовності та безумовної підтримки. Автор підкреслює не героїчну показовість, а глибоку людську вразливість і жертвність, які стають основою справжнього героїзму.

Таким чином, антологія є унікальним свідченням епохи, що документує війну через мистецьке осмислення, сприяє збереженню колективної пам'яті та формує простір моральної підтримки й національної ідентичності. Її значення виходить за межі художньої літератури, перетворюючи збірку на культурний артефакт, здатний транслювати досвід війни в універсальних образах людяності, любові та незламності.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу всебічно розглянути благодійність як складне суспільне явище та об'єкт журналістського висвітлення в умовах війни. На основі аналізу теоретичних джерел, журналістських матеріалів, поетичних творів та культурно-документальних практик стало очевидно, що благодійність в сучасній Україні виконує не лише утилітарну функцію допомоги, а й має глибокий морально-громадянський і культурний вимір.

У роки повномасштабного вторгнення Росії в Україну воно набуло характеру національного спротиву, мобілізації суспільної солідарності та самоорганізації, що значно розширює його значення для медіа та колективної свідомості. Журналістика, реагуючи на запити часу, трансформувалася з простої інформативної платформи на інституцію, яка бере активну участь у формуванні соціального уявлення про волонтерство, впливаючи на громадську думку, мотиваційні практики й поведінкові моделі населення. Через медіа в суспільстві закріплюється уявлення про волонтера як про відповідального, активного, небайдужого громадянина, який в умовах надзвичайної загрози стає символом дії, довіри та жертвності.

Особливу увагу в роботі приділено етичним принципам висвітлення волонтерської тематики, що є надзвичайно важливими в умовах постійної суспільної напруги та травматичного досвіду війни. Журналіст, який працює з темами війни, гуманітарної допомоги, особистих втрат, повинен бути не лише фаховим, а й емпатичним, усвідомлюючи силу свого слова та відповідальність перед героєм і читачем. Дотримання журналістських стандартів, уникнення стереотипів і штампів, правдивість, повага до гідності людини, прозорість джерел інформації - усе це визначає якість медіапродукту та рівень довіри до нього.

Не менш важливою є увага до збереження приватності та психологічної безпеки тих, про кого створюються матеріали. Висвітлення волонтерства не повинно перетворюватися на засіб медійної експлуатації або політичного піару, адже йдеться про цінності, що лежать в основі морального опору народу.

Значущим аспектом дослідження стало звернення до літературної репрезентації волонтерської тематики, зокрема у поетичній збірці «Стежки війни, стежки любові». Аналіз цього твору дозволив поглибити розуміння того, як мистецька рефлексія фіксує досвід війни, втрат, допомоги, пам'яті та любові. Образ волонтера в поезії постає як багатовимірний: це не лише практичний діяч, а й моральний орієнтир, свідок і носій духовної сили.

Поетичний текст дозволяє говорити про глибинні емоційні й етичні виміри війни, які залишаються за межами суто фактологічного подання. Мистецтво, зокрема слово і зображення, виявилось потужним засобом документування та емоційної підтримки, а сама збірка - прикладом синтезу громадянської позиції, художнього бачення та волонтерського служіння.

У контексті сучасної журналістики тема волонтерства стала одним із центральних тематичних напрямів. Її розвиток демонструє здатність медіа реагувати на суспільні виклики, формувати позитивні приклади, підтримувати емоційний баланс у суспільстві. Водночас це вимагає від журналістів уміння працювати з різними форматами - від глибоких лонгридів до динамічних відео у соціальних мережах, від інтерв'ю до художньо-документальних історій.

Саме поєднання глибокого змісту з доступною формою подачі дозволяє доносити важливі повідомлення до широкої аудиторії, зокрема молоді. У дослідженні також наголошено на важливості підтримки локальних ініціатив та медіа, які першими звертають увагу на маловідомі, але важливі приклади волонтерства на місцях.

Отже, благодійність постає як феномен, що об'єднує соціальне, медійне, літературне та етичне. Воно стає об'єктом репрезентації, але водночас – і її суб'єктом: завдяки волонтерам створюються медіапроекти, документи епохи, мистецькі твори, нові культурні наративи.

Журналістика, виводячи тему волонтерства у публічний простір, не лише формує уявлення про нього, але й стає частиною цього руху, медіатором гуманітарного фронту, інструментом національного самозбереження. Практичне значення отриманих висновків полягає в тому, що вони можуть бути застосовані

при створенні якісних медіапродуктів, у підготовці майбутніх журналістів, у популяризації етичної журналістики та громадянської відповідальності. Вивчення волонтерства як медійного і культурного феномена залишається перспективним напрямом для подальших міждисциплінарних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко О. В. Жанрова палітра сучасної відеожурналістики. *Вісник Київського університету*. Серія: Журналістика. 2020. № 1. С. 45–52.
2. Бояринова А. Слухай і дій: роль подкастів у трансляції соціально важливих меседжів. *Медіаосвіта*. 2021. №3. С. 44–48.
3. Без броні. Відеоархів – 2022–2023. URL: <https://bezbroni.net/> (дата звернення: 10 квітня 2025 року).
4. Дубровська Т. Благодійність під час війни: нові формати допомоги. *Українська правда*. 2023. URL: <https://life.pravda.com.ua> (дата звернення: 10 березня 2025 року).
5. Голуб О. Етика і журналістика: виклики війни та благодійності. Детектор медіа, 2021. <https://detector.media> (дата звернення: 10 лютого 2025 року).
6. Іванов В. Роль ЗМІ у формуванні суспільного порядку денного щодо благодійності. *Журналістика і комунікації*. 2019. №1, с. 100–110.
7. Кодекс етики українського журналіста. НСЖУ. URL: <https://nsju.org/kodeks/> (дата звернення: 17 квітня 2025 року).
8. Куляс І. Медіаетика в умовах трансформацій. Київ: Академія української преси, 2020.
9. Кузнєцова І. І. Форми подачі відеоконтенту в сучасних медіа. *Медіаосвіта*. 2019. № 2. С. 30–36.
10. Лазуткін Д., Мартинюк С., Бирчак В., Вротна Ю. Стежки війни, стежки любові. 2024. Харків: Фоліо.
11. Лісовська, О. Благодійність в Україні: нові форми та медіа-виміри. *Соціологічний журнал*. 2020. №3, с. 43–51.
12. Литвиненко С. В. Методика створення відеоматеріалів у журналістиці. Львів: Видавництво ЛНУ, 2017.
13. Липчевський А. Етика і гуманізм у журналістиці: Досвід роботи з соціально вразливими групами. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2021. №3.
14. Мірошниченко Л. Журналістська етика: європейські стандарти. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2019.

- 15.Павлик М. Підкасти в українській журналістиці: аналітика через аудіо. Журналістика і медіаосвіта. 2023. №2. С. 60–65.
- 16.Романюк М. М. Відеожурналістика: теорія та практика. Київ: Видавництво КНУ, 2018.
- 17.Смирнова, Н. Медійна функція благодійності: взаємодія учасників. Медіазнавство, 2018. №2. С. 30–40.
- 18.Сюжет: «Як благодійники допомагають дітям з аутизмом». Суспільне, 2023. URL: <https://suspilne.media> (дата звернення: 23 березня 2025 року).
- 19.Твоя Опора. Офіційний канал на YouTube. 2023. URL: <https://www.youtube.com/@tvoiaopora> (дата звернення: 23 березня 2025 року).
- 20.Український форум благодійників. Аналітичний звіт про розвиток благодійності в Україні. Київ. 2023.
- 21.Ukrainer. Проєкт «Добрі справи під час війни». 2023. URL: <https://ukrainer.net/dobri-spravu> (дата звернення: 23 лютого 2025 року).
- 22.Європейська хартія прав людини в контексті медіа. URL:<https://www.coe.int/en/web/media-freedom>
- 23.Bal M. Narratology: Introduction to the Theory of Narrative. University of Toronto Press, 2017.
- 24.European Federation of Journalists. Ethical Journalism: Guidelines for Trustworthy Reporting. 2023. URL:<https://europeanjournalists.org> (дата звернення: 23 березня 2025 року).
- 25.Green M. C., Brock T. C. The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. Personality and Social Psychology Bulletin. 2000. №26 (11). С. 701–723.
- 26.Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press, 2006.
- 27.Payton, R. L. (2007). Philanthropy: Voluntary Action for the Public Good. New York: Routledge.
- 28.UNICEF Ukraine. Storytelling and video reports on humanitarian aid. 2023. URL:<https://www.unicef.org/ukraine> (дата звернення: 23 березня 2025 року).

29. Ward S. J. A. *The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond*. McGill-Queen's Press, 2005.