

*Юлія Яроцька,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
Науковий керівник – кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент Галина Синоруб*

МЕДІАТИЗАЦІЯ ВОЛОНТЕРСТВА В ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСАХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД (НА ПРИКЛАДІ ПРОЄКТУ «З ПОРОЖНЬОГО В ПУСТЕ»)

В умовах війни дедалі більше актуалізувалося суспільних тем, навколо яких формуються ідеї, окреслюються шляхи вирішення та перспективи розвитку. Однією із таких проблем є реалізація напрямів із надання волонтерської допомоги Збройним Силам України та постраждалим внаслідок військової агресії Росії проти України. Умови війни вкотре продемонстрували неймовірну силу та масштаби волонтерської активності в Україні.

Волонтерство – це діяльність, яка здійснюється добровільно для суспільства чи окремих соціальних груп без розрахунку на винагороду. Французьке слово *volontaire* («волонтер») походить від латинського *voluntarius* («добровільний»). Волонтер – це людина, яка добровільно надає безоплатну допомогу людям, що потребують особливої підтримки та соціального захисту, або державі, некомерційній чи громадській організації. Таким чином, волонтерами стають заради добровільної допомоги іншим та набуття безцінного життєвого досвіду [1].

У загальній декларації волонтерів зазначено, що волонтерство – це добровільний вибір, який виражає особистісні погляди і позицію; передбачає активну участь людей у громадському житті, сприяє покращенню якості життя, поглибленню солідарності між людьми; зумовлює реалізацію основних людських потреб на шляху побудови більш справедливого суспільства; сприяє більш збалансованому економічному і соціальному розвитку; виражається зазвичай у спільній діяльності в рамках різних асоціацій [1, с.7].

Органи місцевого самоврядування разом із активними жителями, організаціями та установами, що залучають до своєї діяльності волонтерів, здатні зробити значний внесок у сталий розвиток територіальної громади та регіону. Громадські об'єднання та благодійні організації є одним з індикаторів розуміння процесів, що відбуваються в громаді, захисником інтересів та прагнень соціальних груп і окремих жителів громади.

Серед жителів посилюється розуміння важливої ролі волонтерської діяльності з необхідністю створення моделі таких суспільних відносин, за яких волонтери спільно між собою та разом із владою могли б працювати на покращення життя громади, регіону та країни [3, с. 4].

Одним із успішних прикладів утілення реформи децентралізації на шляху становлення спроможних громад є створення для них інформаційних платформ – майданчиків для обміну інформацією та вирішення нагальних питань. Унікальний пілотний проєкт «З порожнього в пусте» Микулинецької громади позиціонує себе як «несерйозна програма, в якій ми із пересічними жителями громади намагаємось розмовляти на серйозні теми». Із цих слів розпочинається кожна передача, але, не зважаючи на іронічну назву, кожен випуск, відповідно до теми та запрошених гостей, має змістове підґрунтя та інформаційне забарвлення. Метою проєкту є інформування

громади про унікальність, досягнення членів громади; розкриття інтелектуального й творчого потенціалу представників об'єднання. Відеосюжети розміщені на сторінці Громадської організації «Міленіали» у фейсбук, де аудиторія сягає майже 500 читачів, а дописи мають біля 2000 переглядів. Вибір платформи зумовлений тим, що робота організації в своїй більшості, спрямована на жителів села Ладичин, які у користуванні надають перевагу фейсбук.

У медіапроекті представлений цикл інтерв'ю «Волонтерство в громаді», який налічує чотири відео роботи із представниками цієї діяльності.

Перша відео робота <https://fb.watch/jFsq2r2zS2/> – інтерв'ю з переселенкою із Харкова – Юлією Фіданян, яка в перші дні повномасштабного вторгнення прибула у Микулинецьку громаду й успішно інтегрувалася в життя територіального об'єднання. Під час інтерв'ю Юлія поділилася про допомогу Микулинецькому центру дітей та юнацтва у плетінні маскувальних сіток та халатів, успішну комунікацію із громадськістю щодо збору коштів, постачання сировини і готових виробів для бійців, а також про створення та підтримку «маскувальних батальйонів» у інших селах громади. Героїня відео для аудиторії є прикладом незламності, віри та спонукає до благодійної діяльності.

Друга відео робота https://fb.watch/jFsp5_1Uil/ – інтерв'ю зі священником Микулинецької УГКЦ отцем Євгеном Влохом. Отець Євген – військовий капелан, християнська місія якого є благодійною. Він один із небагатьох священників Микулинецької громади, який із молитвою та волонтерською допомогою, часто ризикуючи власним життям, здійснює поїздки до воїнів на Схід країни. В інтерв'ю він розповідає про потреби на війні – від матеріальних до духовних. Однією із промовистих фраз священника, яка спонукає до роздумів є: «ну це ж війна, а там і ржавий цвях згодиться». В інтерв'ю отець Євген навчає віри, надії і любові навіть до ворогів і при цьому розумінню, що вкрай необхідною є віра в перемогу.

Третя відео робота <https://fb.watch/jFslZHsNpB/> – інтерв'ю зі шкільним психологом Андрієм Яциною. Освітянин є автором і ведучим інтелектуальної гри «П'ятниця по мудрому», яку організовує в Микулинцях що два тижні і кожен другий захід – благодійний. Всі зібрані кошти психолог передає в Микулинецький центр дітей та юнацтва для закупівлі сировини на маскувальні сітки. Поєднання дозвілля із благодійництвом спрямоване на підтримку «маскувального батальйону» та надихає громаду на добрі справи.

Четверта відео робота <http://surl.li/gabmo> – бесіда з директоркою Микулинецького будинку культури Олександрою Жирук. У сюжеті дізнаємося, що з перших днів повномасштабного вторгнення жінка зайняла свою волонтерську позицію, яку продовжує до сьогодні. В будинку культури, яким вона завідує, відкритий неофіційний волонтерський штаб, куди доставляється допомога із-за кордону для тимчасово переселених осіб, малозабезпечених, багатодітних сімей. Олександра Жирук забезпечує тимчасовим житлом внутрішньо переміщених осіб, які прибули до Микулинецької громади. Її промовиста фраза «не місце красить людину, а людина місце» ілюструє активну життєву позицію, а для аудиторії громади – приклад незламності, оптимізму, жертвості заради однієї справи – наближення перемоги.

Проаналізовані відеосюжети підсилюють значення волонтерської діяльності в громадах шляхом інтерв'ю з представниками територіального об'єднання, які, не маючи офіційного статусу волонтера, займають активну життєву позицію та тримають інформаційний фронт.

Список використаної літератури

1. Волонтерство. Реферативний огляд (2004–2022 рр.). Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/5963>.
2. Козубовська І. В., Козубовський Р. В., Милян Ж. І. «Залучення майбутніх фахівців соціально –педагогічної сфери до волонтерської діяльності», методичні рекомендації, Ужгород, 2022. 34 с.
3. Програма сприяння розвитку волонтерства територіальної громади на 2023-2027 роки. URL: <https://rm.coe.int/municipal-programme-on-promotion-of-volunteer-activities/1680a84b7b>

*Світлана Городецька,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
Науковий керівник – кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент **Наталія Біла***

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «ФЕЙСБУК»

Сьогодні, практично кожна сторінка у Facebook, яка бажає розвивати свій канал та привернути зацікавлену аудиторію, має потребу в просуванні в соціальних мережах. Однак, для досягнення максимальної ефективності поширення необхідно постійно відслідковувати актуальні тренди та розуміти поточні алгоритми соцмережі. Це дозволить адаптувати контент-стратегію та перетворити сторінку компанії у Facebook на ефективний канал.

З часом алгоритми змінюються та коригуються, що характерно і для платформи Facebook. На сьогодні ця соцмережа віддає перевагу алгоритмам ранжування, оцінюючи контент, що публікується, і сортуючи його із урахуванням певних інтересів конкретного користувача. «У зв'язку з цим публікації, які викликають у людини недостатньо інтересу та ймовірність взаємодії з якими є найменшою, опускаються вниз стрічки новин. Для цього використовуються численні поведінкові фактори, що збирають минулий досвід користувальницької активності» [6].

Яких цілей допомагає досягти просування у Фейсбук?

1. Підвищити впізнаваність бренду.
2. Сформувані лояльне ставлення аудиторії до компанії.
3. Організувати захід та зібрати односторонців.
4. Залучити нову аудиторію тощо [1].

Розглянемо особливості просування контенту в соціальній мережі Facebook на прикладі сторінки «Кафедра журналістики ТНПУ» [2]:

1. Основна світлина має відображати бренд. У випадку сторінки «Кафедра журналістики ТНПУ» – логотип [1].
2. Мотиваційний вираз ТНПУ використовуємо в публікаціях, що також дозволяє просунути контент: «Ми – найкращі. А Ви з нами?».
3. Інформація тільки з правдивих та оригінальних джерел. Матеріали для постів беремо з офіційного сайту ТНПУ, що підтверджує офіційність, правдивість і точність [5].
4. Розповіді створюємо з власних відео/фото і тільки про події, які відвідали.