

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

**ПРОЄКТ ЛАЙФСТАЙЛ ВИДАННЯ DG (DIGITAL GENERATION)
«ПОКОЛІННЯ ДІДЖИТАЛ»**

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти “бакалавр”

Виконав: студентка IV курсу 461
групи

Спеціальності 061 Журналістика
Освітньо-професійної (наукової)
програми Журналістика

Обуховська Олена Ігорівна

Керівник: доктор філологічних наук,
професор, Різун Володимир
Володимирович

Рецензент: головний редактор газети
«Новий день» Жупина Анатолій
Володимирович

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ ЛАЙФСТАЙЛ ВИДАННЯ DG (DIGITAL GENERATION) «ПОКОЛІННЯ ДІДЖИТАЛ»	6
1.1. Технічні характеристики видання	6
1.2. Специфіка аудиторії.....	6
1.3. Опис проєкту видання.....	7
РОЗДІЛ 2.ЗМІСТОВЕ НАПОВНЕННЯ ВИДАННЯ	9
2.1. Матеріали видання DG (Digital Generation), випуск 1 «Start Up» (жовтень-листопад 2019 р.)	9
2.2. Матеріали видання DG (Digital Generation), випуск 2 «Insta Life» (грудень 2019 р. - січень 2020 р.)	22
2.3. Матеріали видання DG (Digital Generation), випуск 3 «Life Style» (лютий-березень 2020 р.)	36
2.2. Матеріали видання DG (Digital Generation), випуск 4 «Alone Together» (квітень-травень 2020 р.)	47
ВИСНОВКИ	65

ВСТУП

Актуальність проєкту. Від моменту створення перших глянцевих журналів вони стали певними «диктаторами», які повідомляли суспільству про основні течії та особливості процесів, що відбувалися довкола. Стиль, краса, мода, освіта, суспільство – саме у журналах висвітлювалися найавторитетніші думки, яким слідувало не одне покоління.

Журнали як і три століття тому, так і сьогодні продовжують диктувати основні життєві орієнтири. Інформація про успішне життя, мотивацію та кар'єру можна знайти на сторінках кожного номера видання, адже рубрика «стиль життя» переросла у більше – видання поступово асимілювалися і від рубрики переросли тематику повноцінного журналу лайфстайл. Сьогодні цим терміном можна охопити всі сфери: моду, спорт, туризм, навчання тощо. Сучасна людина не уявляє своє життя без мультизадачності, а отже і потреба в інформації, яка б скеровувала їх і давала необхідні рекомендації та настанови, була б авторитетною й експертною, є вкрай необхідною для неї.

Проєкт журнального видання «Digital Generation» створено для того, щоб порушити злободенні проблеми життя сучасного молодого покоління, погляди та переконання якого повністю відрізняються від попередників. Теми саморозвитку, стосунків, реалізації себе у нашому виданні отримали нове життя. Ми говоримо відверто про головне, покликаючись на суспільний інтерес та погляди покоління мілленіалів.

Новизна проєкту. Журнал «Digital Generation» став продуктом, який розповідає про життя молодих людей. Їхні перипетії та рутину, подвиги та досягнення. Цільова аудиторія, на відміну від більшості українських видань, не розділена за віком, статтю чи місцем проживання. З огляду на це, можемо стверджувати про універсальність

журналу. У ньому переважає сторітелінг – тип викладу матеріалів у формі розповідей, сповіді героїв про власний досвід та життєвий шлях і досвід.

Відмінність від інших. На ринку засобів масової інформації в Україні переважають елітарні та масово-популярні видання про стиль життя. Вони набули особливо широкого поширення, завдяки якості фотоматеріалів, текстового наповнення та, перш за все, актуальності. Елітарні часописи прагнули задовольнити потреби жінок і зобразити у змісті сукупність реальних умов життя жінок. Предмет зацікавлення цих широкий, але разом із тим обмежений реальними інтересами конкретної жіночої аудиторії.

Створюючи наше видання, ми орієнтувалися на простоту у всьому. У ньому – не важкі філософські інтерв'ю з зірками, а реальні історії людей, які пережили ту чи ту подію й отримали певні знання, досвід. Ми пишемо не про бренди, популярні речі, а переважно про пошук себе, виокремлення своєї індивідуальності.

Сфера застосування. Видання «Digital Generation» може бути поширюватися серед широкої аудиторії, шляхом реалізації через онлайн підписку та поширюватися невеликим тиражем.

Обґрунтування назви. Для найменування журналу ми вирішили обрати назву «Digital Generation» - з англ. «Діджитал Покоління». Сьогодні ми живемо в епоху поширення мережі Інтернет та інформаційних технологій. Діджиталізація переслідує людей на кожному кроці та безпосередньо впливає на стиль нашого життя. Покоління, яке сформувалося у період розвитку технологій, пристосувалося до них, навчилося їх використовувати у житті, має свої характерні особливості. Ціла генерація людей з власними поглядами, які сформували їх звички, заняття.

Мета проєкту полягає у популяризації життєвих цінностей і демонстрації того, що сучасне покоління – унікальне, непередбачуване,

цікаве. Журнал може стати вдалою платформою для розповіді про людей, які роблять дійсно вартісні речі, проте, залишаються в тіні популярних течій сьогодення через брак досвіду, популярності, публічності. Свою головну місію ми вбачали у пошукові таких талантів та надання їм можливості показати себе.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв'язання таких **завдань:**

- розробити концепцію видання;
- спланувати жанрову структуру видання;
- спланувати тематичне наповнення кожного номеру;
- підібрати героїв матеріалів, провести інтерв'ю та дослідження тем;
- створити матеріали, провести редагування;
- створити дизайн журналу;
- підібрати візуальні засоби;
- створити макет журналу, втілити за допомогою верстки.

Джерелами інформації слугували герої матеріалів, які є експертами у певних галузях. Збір інформації відбувався шляхом інтерв'ювання. Під час роботи над матеріалами переважали методи інтерв'ю, спостереження та роботи з документами.

Практичне значення проєкту полягає в тому, що він дозволить реалізувати концепцію видання, спрямованого на популяризацію життєвих цінностей та висвітлити контент про стиль життя у новому форматі.

РОЗДІЛ 1 КОНЦЕПЦІЯ ЛАЙФСТАЙЛ ВИДАННЯ DG (DIGITAL GENERATION) «ПОКОЛІННЯ ДІДЖИТАЛ»

1.1. Технічні характеристики видання

Формат видання – журнал має формат А4. Такий варіант став класичним серед журнальної періодики, має свої переваги щодо розповсюдження та зручність у читанні.

Обсяг – журнал розміщено на 24 друкованих сторінках, тобто 6 аркушах. Періодичність виходу – 1 раз на 2 місяці. Загалом під час роботи над проєктом розроблено та випущено 4 номери видання:

1. №1 – жовтень-листопад 2019 р.;
2. №2 – грудень 2019 р. – січень 2020 р.;
3. №3 лютий-березень 2020 р.;
4. №4 квітень-травень 2020 р.

Структура. Кожен номер видання складається з обкладинки, яка містить порядковий номер випуску, логотип. Кожна обкладинка оформлена відповідно до тематики номера. На другій та третій сторінці розміщено постійну рубрику «Лист редакторки» - звернення до читача. Усі випуски мають зміст, який знаходиться на третій сторінці, перелік редакторської групи на четвертій. Далі видання поділяється і структурується відповідно до рубрик. Серед них: «*Creator*», «*Review*», «*Expirience*», «*Rating*», «*Opinion*».

Необхідні технічні та програмні засоби. Під час створення макету журналу ми використовували технічні програми компанії «Adobe», зокрема «Adobe InDesighn», «Adobe Photoshop», користувалися онлайн-ресурсом для дизайну «Canva». Використовували ресурс для розміщення видання «ISSUU». Усі макети збережено у форматі .pdf.

1.2. Специфіка аудиторії

На початковому етапі створення видання ми провели дослідження для визначення цільової аудиторії. Соціологічне дослідження було здійснене шляхом анкетування. Фокус-група складалася з 20 осіб віком від 18 до 25 років. Усі вони є активними користувачами соціальних мереж. Предметом дослідження став контент, який цікавить аудиторію.

Створюючи власний медійний проєкт, орієнтований на молодь, і складаючи портрет цільової аудиторії, ми встановили, що слід покликатися на наступні критерії цільової аудиторії, отримані внаслідок соціологічного дослідження:

1. Найпопулярнішими соціальними мережами серед опитаних стали «Instagram» та «YouTube».
2. 40% опитаних невідривно користуються додатками та соціальними мережами, що свідчить про високий рівень зацікавленості цією темою.
3. Серед найактуальніших тем, які цікавлять опитаних стали музика, гумор, мода та освіта.

Таким чином, посилаючись на результати проведеного дослідження, портрет потенційного споживача медійного контенту у віковому діапазоні 18-25 років виглядає наступним чином. Студент, який паралельно з навчанням працює. Весь день проводить у соціальних мережах. Більше споживає контент, ніж самостійно його створює. Користується месенджером «Telegram». Сфера інтересів – музика, мода, спорт, заклади харчування і розваг.

1.3. Опис проєкту видання

Змістова концепція. Журнал містить 5 рубрик: «*Creator*», «*Review*», «*Expirience*», «*Rating*», «*Opinion*». Починається видання завжди з «*Листа редакторки*».

«Листа редакторки» - звернення головної редакторки до читача. Зазвичай стосується теми номера та розкриває головні ідеї, у яких йтиметься у матеріалах. Виконано у жанрі колонки.

«Creator» - рубрика, у якій висвітлено історію людини-творця. Головний герой матеріалу розповідає про створення та реалізацію проєктів, життєвих цілей. Переважає жанр інтерв'ю та жанрова форма сторітелінг.

«Review» - класичний огляд кінострічок, у якому рекомендації, які теж близькі темі номера. Подано опис фільмів та серіалів.

«Experience» - розповідь героїв про реалізацію планів та пережиті на власному досвіді події. Розповіді подаються у жанрі інтерв'ю або сповіді героїв, написаних від першого обличчя.

«Rating» - суб'єктивні матеріали, написані у жанровій формі рейтинг – послідовний перелік з п'яти об'єктів певної досліджуваної категорії від найнижчого до найвищого пункту.

«Opinion» - думки експерта з певного проблемного питання або теми. Стосуються актуальних злободенних подій.

Зображальна концепція полягає у візуальному оформленні кожного випуску. Видання виконано в одному стилі, з використанням одних шрифтів та кольорової гами. Усі матеріали супроводжені фотознімками. Інтерв'ю доповнені фото героїв, матеріали інших рубрик також візуально оформлені. Фото надані респондентами та розміщені з їх дозволу.

РОЗДІЛ 2

ЗМІСТОВЕ НАПОВНЕННЯ ВИДАННЯ

2.1. Матеріали видання DG (Digital Generation), випуск 1 «Start Up» (жовтень-листопад 2019 р.)

Лист редакторки

Ми насолоджуємося кожним днем, йдемо на ризик заради яскравих пригод. Водночас, нас називають найбільш самотнім поколінням з усіх, які в цей час живуть на землі. Ми не прив'язані до місця і скоріше витратимо гроші на поїздку в Лос-Анджелес, Париж чи на Балі, а може проведемо вікенд на фестивалі, проте, навряд чи придбаємо власне житло.

Понад 80% нас засинає вночі не зі своїм партнером, а зі смартфоном в руці. А ще, ми хочемо працювати так, щоб отримувати максимум грошей за мінімум зробленої роботи й мати можливість відпочивати більшу частину часу. І це не робить нас поганими, так само, як і не говорить про те, що ми хороші. Ми різні. Ми неповторні.

Цей проєкт створено для тебе, твоїх друзів, батьків та будь-кого, хто хоче зрозуміти, яким є насправді наше покоління. Покоління, яке живе в епоху діджитал. Про людей, які прагнуть любити, бути вільними та молодими завжди. У ньому – головні наші ознаки. Молодість – не дивлячись на неї (читати як брак досвіду), ми доводимо, що здатні багато на що. Любов – до справи, якою ми займаємось, друзів та природи. Свобода – ми говоримо на всі теми та бачимо реальну картину світу. Молодість, любов, свобода – це все по нас.

Я – Київ, але Simple (Creator)

***Ініціатива, яка допоможе людям з інвалідністю відчувати
життя на повну***

Знайомлячи нашу героїню з читачем, можна було б просто написати: «Анастасія Коваль – студентка 4 курсу Інституту журналістики КНУ ім. Т.Г. Шевченка». Але вона, створюючи проєкт, який допоможе розвивати інклюзію у сфері культури, туризму та розваг, заслуговує на більшу увагу до себе та створеного нею ресурсу.

Simple Kyiv або #яКиївАлеSimple першочергово задумувався стати інтерактивною картою доступних культурних місць Києва (театри, кінотеатри, книгарні, бібліотеки, галереї). Його суть полягає у тому, що ми маємо певні стандарти до рівня доступності громадських закладів і, коли йдемо в якесь місце, то перевіряємо їх за цими стандартами й в результаті позначаємо: доступне воно для людей з інвалідністю чи ні.

Ідея прийшла спонтанно, коли я їхала з подругою в метро і розповідала їй про проєкт "Доступно.юей". Як я вже писала вище, цей проєкт для того, аби про проблему доступності почали говорити. Саме тому, перш за все, цільова аудиторія — звичайні люди без інвалідності, які ходять у ті ж театри, книгарні тощо, але ніколи не думали про той вертикально поставлений пандус, на який заїхати зі сторонньою допомогою буде важко, а самому так взагалі.

Ми вчилися генерувати ідеї для проєкту в нестандартний спосіб і так придумувати щось цікаве. Саме завдяки їй з'явилася ідея ролику, який зараз у процесі зйомки. Мої друзі мені дуже допомагають у перевірці закладів, зйомці. Сестра стала першою, хто побачила сайт і дала йому оцінку. І, звісно ж, моя наукова керівниця Анастасія Зелінська, без якої не було б тих інтерактивних карт.

Зараз я маю сайт, який ще доповнюється: <http://siplekyiv.tilda.ws/>. Також планую зняти відео і хотіла провести перевірки закладів саме з людиною, яка потребує цієї доступності (але поки це під питанням)

Загалом, проєкт створено для того, аби говорити про ці проблеми. Бо ті, хто не має інвалідності, живе звичним життям, ходить на роботу/навчання, їздить в транспорті, а ввечері йде з друзями в кіно навряд чи подумає про те, що є люди, які теж це хочуть робити, але мають докладати більших зусиль. Саме тому проєкт, перш за все, створений для того, аби цю проблему побачили, почали думати про неї й говорити.

І, звісно, зворотний зв'язок уже мала. Він був і під час презентацій в універі (бо я проєкт займала і на парах з персонального продюсування), і коли анонсувала про нього в соц.мережах (хоча планувала це зробити зовсім не так). І скажу чесно, то після того, як я отримала фідбек від людей, мені стало набагато легше, адже я почула сторонню думку від тих, хто вперше про нього чує і бачить свіжим поглядом. Критика теж була, але тільки конструктивна. І так, мені дуже допомагала моя викладачка з пар персонального продюсування. Це була допомога по генеруванню ідей.

Дивись, надихайся, працюй (Review)

«Коли отримуєш освіту, втрачаєш реальний досвід»

Такою була думка героя автобіографічного фільму ***«Джобс: імперія спокуси»***. Хто може бути більшим взірцем для наслідування, як не Стів Джобс сьогодні, адже продукцію компанії, яку він заснував, щоденно тримає в руках кожен з нас. Після смерті генія сучасності про

нього було знято чимало фільмів, але найшвидше і, на нашу думку, найвідвертіше розповіли про Джобса саме у цій стрічці.

До всесвітньої популярності Стіву довелося зіштовхнутися з різними неприємностями: зрадами, невдачами, провалами. Але іноді одна людина може здійснити революцію. Навіть актор Ештон Катчер, який виконав головну роль, пізніше зізнався, що йому «було страшно грати Бога». Джобс став ідолом і символом успіху, якого досягнув виключно власними силою, розумом та витривалістю. Він покинув університет, у нього не вірили та насміхалися, але він зміг заснувати справжню імперію спокуси, підсадивши на «технологічну голку» мільйони людей з усього світу.

«Що, особисте життя не налагоджується? Так завжди буває, коли досягаєш успіхів у кар'єрі. Скажи, коли все взагалі зруйнується – це дійсно прикмета до підвищення»

На що готовий ти заради кар'єри? А якщо це кар'єра у сфері, про яку ви мріяли все життя? А якщо твоя начальниця – найвпливовіша жінка в індустрії моди? Чим готовий пожертвувати ти?

«Диявол носить Prada» став справжньою класикою серед фільмів для тих, хто збирається опустити руки. Фільм, прототипом героїні якого стала Анна Вінтур – британська журналістка, головний редактор американського видання журналу «Vogue», навчить вас дійсно розставляти пріоритети між особистим і професійним.

Головна героїня фільму Андреа Сакс все життя мріяла працювати у глянці. Одного дня вона отримує можливість працювати у найпрестижнішому видання під назвою «Подіум». Але не на омріяній вакансії модної оглядачки, а помічницею головного редактора. Рутинна робота, складний характер керівниці та підступні колеги та жорстокий

світ моди стали відкриттям для наївної дівчини. Чи зможе вона досягти бажаного та балансувати між власним життям і коханою людиною та роботою, про яку вона мріяла все життя, але яка відбирає весь її час та сили?

«Краще їхньої музики лише їхня історія»

Музичний ідол Фредді Мерк'юрі все життя страждав через свою творчу натуру та нестандартне мислення. Головний хіт гурту «Queen» «Богемська рапсодія» став назвою фільму, який торік став головною кінопрем'єрою багатьох років. Автобіографічна стрічка гучно і провокативно прозвучала у світі, показавши усі грані творчості та життя генія.

Амбіції простого лондонського музиканта у 1970 році поклали початок створенню культової групи «Queen». Підписання контрактів, написання перших хітів, безмежне кохання до жінки, перші зібрані стадіони та прийняття своєї гомосексуальності – всі етапи життя Фредді зображені у фільмі. Велика кількість хітів, костюми та декорації не залишать байдужими прихильників видовищних шоу.

«Досвід завжди у моді»

Ніколи не пізно змінити своє життя. Впевнений в цьому герой фільму «*Стажер*», 70-річний Бен Уітакер, який стає стажером на сайті моди. Відчуваючи пустоту та пригніченість через неробство, вдівець вирішує влаштуватися на роботу. Маючи за плечима великий життєвий досвід та чималий капітал, отриманий за роки важкої праці, чоловік вирішує влаштуватися у компанію з молодим колективом.

На здивування всіх, експеримент стає над вдалим, і вже незабаром дідусь чудово вливається в молодіжний колектив. Новий співробітник відрізняється від інших не лише віком, а й життєвими

переконаваннями та досвідом, який стає життєво необхідним генеральній директорці компанії.

«У дитинстві, коли я отримував відмінні оцінки, то думав про те, якою видатною людиною я стану... І якою так і не став...»

«У гонитві за щастям» - фільм, який точно не залишить тебе байдужим. Стрічка, яка показала глядачам, що будь-які труднощі можливо подолати й навіть вийти з них переможцем. У гонитві за американською мрією головному героєві Крісу не щастить. Після довгих спроб налагодити бізнес та прогнати сім'ю він залишається на вулиці разом із сином. Позбавлені житла вони поневіряються вулицями та притулками. Там їх спіткало чимало випробувань та невдач. Проте невдовзі удача усміхнулася тим, хто так вірив у щасливий фінал: батька приймають на роботу у брокерську компанію. Про драматичний старт та важливість віри у краще – у фільмі *«У гонитві за щастям»*.

Проекти особистих змін (*Expirience*)

Як участь у грантових заходах допомагає будувати кар'єру

Відколи Україна стала на шлях Євроінтеграції з'явилося чимало цікавих та доступних можливостей для самовдосконалення молодих людей. Ключовими стали розвиток демократії, права, журналістики, волонтерства та інших сфер, під час роботи в яких необхідні кваліфіковані, небайдужі фахівці. Міжнародні організації активно спонсорують грантові проекти, які відкривають безліч дверей. Навіщо брати в них участь і яка користь від подібних заходів? Про це ми поговорили з багаторазовим учасником тренінгів, шкіль та майстеркласів Олександром Тараном, якому активна діяльність допомогла здобути не лише нові знання, а й віднайти корисні робочі зв'язки.

DG: Ти брав участь у великій кількості проєктів, який у тебе був бекграунд в активістській діяльності?

Олександр: Моя активність почалася ще в школі. Ведення концертів, активна участь в культурному житті школи, організація квестів, інтерактивних уроків. Вже переїхавши до Чернігова на навчання в університетів, я почав шукати можливості. Мене не влаштовував вільний час за комп'ютером. Я комунікабельна людина, мені треба постійні «двіжухи», спілкування. Почав долучатися до волонтерських заходів міста та проведення свят в університеті, знайшов інформацію про школи журналістики, волонтерства, лідерських навичок, ораторської майстерності, дебатів. Подав заявку і пішов навчатися.

DG.: Як ти мотивував себе на таку діяльність?

О.: Завжди хотілося бути корисним суспільству і робити те, що до душі, відчувати себе потрібним, знайти свою нішу. Важливо перебороти свою ліню і зрозуміти, для чого тобі потрібно взяти участь в тому чи іншому заході.

DG: Для цього потрібно мати великий бюджет чи знайомства?

О.: Стосовно бюджету, то, здебільшого, всі заходи були вже профінансовані, і навіть поїздки до інших міст оплачувалися. Організатори забезпечували житлом і харчування, тобто я не витрачав коштів. Що стосується зв'язків, то звичайно, чим більше в мене з'являлося нових друзів, тим більше я дізнавався інформації про нові заходи, осередки, проєкти.

DG: Ти почав брати участь у проєктах у досить юному віці. Для чого це школярам?

О.: Молодь — це рушій всіх змін. Важливо аби молодь не сиділа осторонь творення і прийняття важливих рішень у державі. Тому раджу

всій молоді бути активною, долучатися до проєктів, об'єднуватися заради змін. Активна участь у різних заходах допомагає зараз мені будувати свою кар'єру, розширює кругозір.

DG: Які ж це були проєкти? Можеш порадити три найкращі?

O.: Так, маю свій рейтинг. Перше, Школа дебатів у Чернігові. Саме після цього я активно почав працювати над своєю мовою, що надалі дало мені можливість стати ведучим головного суспільно-політичного шоу «Тема дня» на Суспільному.

Школа журналістики УКУ. Навчання за програмою «Друзі за Збручем» дало мені можливість зануритися в журналістику, познайомитися з відомими українськими журналістами, отримати знання, розширити кругозір, створити сітку знайомств по Україні та світу.

Стажування у Верховній Раді України в рамках Міжнародного проєкту «Українська політика та ЗМІ очима молоді». Мав за честь представляти Чернігівщину у засіданнях представників з усіх областей України та українською діаспорою з 34 країн світу. Неоціненний досвід співпраці з молоддю різних національностей, напрацювання проєктів, співпраця з нардепами.

Сфери, у яких ми працюватимемо в майбутньому (*Rating*)

Стрімкий розвиток технологій та можливість користуватися пристроями, які ще 5 років тому були лише частиною фантастичних фільмів, швидко переносять нас у наву епоху – Футуризм. Сучасні проблеми вимагатимуть сучасних рішень, тому професійна діяльність людей зазнає певних змін. Деякі професії назавжди припинять своє існування. Фахівці з рекрутингу вже зараз виділяють кілька сфер, послугами яких ти не користуєшся вже зараз, а твої батьки припинять користуватися ними вже за кілька років. До професій, які застаріли,

віднесли касира, туристичного агента, газетяра, працівника пошти та водія таксі. Вони повільно втрачають актуальність, витісняючись додатками на смартфонах. Ми спробували розібратися з тим, які сфери будуть актуальними за кілька років.

5-те місце – Освіта

Безсумнівно, навчання та традиційна система освіти зазнають значних змін вже зовсім скоро. Але це не означає, що актуальності втратять викладачі. Їх професійні компетенції дещо видозміняться, переважатиме менторство та наставництво, а класичне викладання взагалі буде малопоширеним. Невдовзі широкого поширення набудуть такі спеціалізації:

- Модератор;
- Тьютор;
- Організатор проєктного навчання;
- Координатор освітніх онлайн платформ;
- Ментор стартапів.

4-те місце – Транспорт

Безпека, комфорт та швидкість – основні пріоритети клієнтів, які користуються послугами сфери транспорту. Машини з автопілотом вже знаходяться на шляху витіснення традиційного автопрому. Але для їх використання необхідні будуть люди, які забезпечуватимуть функціонування такого виду транспорту. Зокрема, прогнозують появу таких професій:

- Оператор автоматизованих транспортних систем;
- Інженер із безпеки транспортних мереж;
- Будівник "Розумних" доріг;
- Проєктувальник високошвидкісних залізничних колій.

3-тє місце – Енергетика

Розумними стануть навіть енергомережі. Оптимізація споживання, екологічність та економія призведуть до появи великої кількості нових робочих місць для висококваліфікованих працівників. Актуальними стануть професії:

- Захисник прав споживачів електроенергії;
- Енергоаудитор;
- Енергозаправник;
- Системний інженер інтелектуальних мереж.

2-ге місце – Медицина

Медицина, яка працюватиме більше на попередження появи захворювань, а не на їх лікування вже скоро стане реальністю. З появою нових вірусів та загроз невідомих епідемій над розвитком цієї сфери працюватимуть найбільше, адже людське життя є головною цінністю для майбутнього людства. Медицина майбутнього матиме потужну діагностику, вмітиме прогнозувати хвороби та вирощуватиме клітини та навіть органи. Серед професій майбутнього:

- Молекулярний дієтолог;
- Оператор медичних роботів;
- Спеціаліст із кіберпротезування;
- Консультант зі здорового старіння;
- Мережевий лікар (лікар, що ставитиме діагнози он-лайн)

1-ше місце – Біотехнології

Аграрії та ринки в сучасному розумінні відійдуть у вічність – розвиватимуться сіті-ферми та, відповідно, сіті-фермери. Вже зараз широкого попиту набувають доставлення органічних продуктів. ГМО-агрономи витіснятимуть класичну професію та займатимуться втіленням біодосягнень та отриманням продуктів із заданими якістьми. До перспективних професій відносять:

- Архітектор живих систем;
- Біофармаколог;
- Урбаніст-еколог;
- Системний біотехнолог;
- ГМО-агроном;
- СІПІ-фермер.

Не мій диплом

Диплом і вища освіта для старшого покоління, зокрема наших батьків, — символи успіху і гарантії щасливого заможного життя. Однак, згідно з результатами дослідження порталу rabota.ua, лише чотири з десяти українців сьогодні працюють за спеціальністю. 15% мали такий досвід, проте відмовилися від нього, а 32% взагалі не пов'язані з отриманою в університеті спеціальністю. Серед найпоширеніших проблем, через які витрачені на навчання роки офіційно можна визнати «втраченими» називають погану заробітну плату, відсутність робочих місць та низький рівень інтересу до професії, яку ти здобував.

Покоління мілленіалів занадто егоїстичне, щоб займатися роботою, яка їх не влаштовує, яку нав'язали їм батьки чи суспільство. Жити своєю справою готовий кожен з нас, але, виключно тоді, коли стосунки з професією – акт любові. Можливість кинути університет, щоб нарешті займатися улюбленою справою – великий привілей нашого часу.

Історію про те, що пророцтва знайомих про голодне і безперспективне життя після відрахування не збуваються, а любов до того, чим ти займаєшся, здатна творити маленькі дива від Юлії Кушнір, якій не вистачило понад рік до отримання диплому.

Ще у дев'ятому класі я страшенно вагалася, який шлях обрати: юриспруденцію чи акторську майстерність. Через сварку в школі я пішла тоді з класу напередодні вступних іспитів у навчальних закладах.

Обставини склалися так, що двері мені були відчинені лише у юриспруденцію. Зважаючи на те, що я з родини юристів та міліціонерів, то найкраще розумілася на праві та історії у школі. Та ще й мала велику жагу до справедливості. Тоді мене все влаштовувало, мистецтво відійшло на другий план, залишилося виключно задоволенням для душі.

Потім був коледж, з якого я пішла. Я завжди вважала, що кинула його сварку. Хоча, аналізуючи зараз, я розумію, що вона не була ключовою у цьому випадку. Коли людині насправді важливо, то вона йде до кінця. Собі, звісно, я не зізнавалася і перелічувала "відмазки". Страшно було визнати, що у мене немає мети й, тим паче, не живу тим, що обрала.

Вечори поезії та вистави у коледжі тоді викликали більше блиску в очах, ніж пари. Варто було замислитися над цим. Я зовсім не жалкую про це, адже юриспруденція знайшла місце у моєму житті, та не одноразова ставала в пригоді. Проте це був не мій шлях. І я пішла.

Коли всі навчалися — я тяжко працювала. Я відчувала сором, що не маю "квитка у краще життя" у вигляді диплому. Не можу сказати, що була прихильницею теорії, що без вищої освіти нікуди і це показник. Проте, все ж таки, я розуміла, що маю розвиватися, поставити певну мету у житті і прямувати до неї.

Бажання жити краще та авторитетні думки підштовхнули мене якомога швидше зробити вибір та знову вступити до вишу. Жага до справедливості, графоманство та любов до телеекрана. Звісно ж, я вирішила, що займатимуся журналістикою.

Я вступила до вишу, де мала протистояти системі. Особливо денній формі навчання, де ти зобов'язаний завжди бути присутнім на парах. Як на мене, безліч часу було втрачено, адже акцент зроблено на теорію, без уявлення, як все працює на практиці. Тоді я зрозуміла, що університет насправді дає лише бутафорію знань та уявлень про професію.

У виші мені було нецікаво, я просто не могла висидіти пари. Мені було шкода часу, що навіть велика пільгова стипендія не втримала мене за партою. Я стала працювати в офісі та вільний час витратити на акторську майстерність. Згодом я зрозуміла, що займаючись мистецтвом, відчуваю себе не те, що щасливою, а повноцінною. Що живу я не дарма, хоч це не приносить мені ніяких матеріальних привілеїв.

А потім я кинула роботу в офісі та витратила свої заощадження на те, щоб стати тату-майстром. Я ніколи навіть не малювала, це було абсолютно чужа стихія. Люди, які були певним взірцем для мене, сміялися. Ну так, це ж не до вишу вступити, подумала я. Та я пішла і спробувала, бо я повірила у себе. Та нарешті зрозуміла, що себе не тільки шукають, а і створюють, а цей шлях не можливий без спроб, падінь та помилок. Я хотіла мати роботу без начальника, зі зручним графіком, яка б була пов'язана з мистецтвом. Татуювання підійшло мені ідеально. І я захопилася! Тепер я і цим живу, окрім акторської майстерності.

Звісно, не обійшлося і без хвилювань. Особливо важко було у моменти, коли ти невпевнений у собі, або не до кінця розумієш, чого бажаєш, а університет став великою сходинкою у нав'язуванні нам шаблону життя. Я не жалкую, що так сталося двічі, адже я шукала себе, я спробувала так, спробувала інакший шлях.

У перший раз я не змогла зізнатися навіть собі, але насильно навчатися не змогла. Іншим разом я усвідомила головою. Спочатку думала, що ТРЕБА довчитися, бо не так багато часу залишилося до диплома. Але потім я спитала себе : “А кому треба? Мені?”. А відповідь була такою, що мені не треба.

Зараз я прокидаюсь не з думками, що треба займатися тим, чим я не хочу. Я справді вкладаю душу у свою роботу, а ввечері відчуваю приємну втому. І щаслива, що саме з таких днів складається моє життя.

Я не відчуваю, що досягла мети життя, але ж я на шляху до неї. І навіть якщо її ніколи не досягнути, то цей шлях мій. Він ніколи не дозволить пожалкувати мені, що не спробувала пройти його, адже сенс у тому, що коли це дійсно твоє, то гармонію ти відчуваєш саме від процесу. Шкода, що деякі все ще не розуміють, що стали не на ту стежку, а спробувати йти іншою бояться.

2.2. Матеріали видання DG (Digital Generation), випуск 2 «Insta Stories» (грудень 2019 р. - січень 2020 р.)

Лист редакторки

Публічність. Перше, що спадає на думку, коли думаєш про сучасне життя. Ми знаємо, як звати коти сестри подруги, намагаємося вгадати, куди летить людина цього разу, бачимо, чим повечеряли наші друзі. А може і не друзі, а прості незнайомці. Соцмережі стали частиною нас. Набагато легше стало спілкуватися у месенджерах, в той час як у реальному житті нам стало бракувати слів.

Іноді у нашому житті виникає питання «Ми живемо заради того, щоб жити?» чи «Ми живемо для того, щоб записати історію в Instagram та вразити когось своїм життям». Там ми всі щасливі, красиві,

подорожуємо, святкуємо, кохаємо. Згідно з офіційною статистикою щоденно кількість користувачів у цій соціальній мережі у 2019 році досягла позначки 500 мільйонів щоденних активних користувачів. То що ж нас так приваблює там? Ілюзія красивого безтурботного життя? Можливість для самореалізації? Спілкування? У цьому номері ми спробували дізнатися про цю соціальну мережу зсередини. Поговорили з блогерами, моделями, середньостатистичними користувачами, дізналися про професії, які виникають завдяки активному розповсюдженню соціальних мереж. Ми зібрали унікальні історії, які доведуть тобі, що віртуальне життя – це цікаво, яскраво, стильно. Але життя реальне все-таки цікавіше.

Freelance model (Creator)

Хороша зовнішність, студійні фотосесії, вдало підібрані образи, довгі філософські тексти. Чи достатньо цього для того, щоб бути популярним у соцмережах? Про це ми поговорили з Катериною Сотник, для якої соцмережі стали не просто місцем для самовираження, а й платформою для пошуку можливостей для реалізації себе в моделінгу.

Все почалося з моєї реєстрації в Instagram, коли я була ще в школі. Спочатку я не приділяла йому особливої уваги, бо була ще досить маленькою. Фотографією я почала займатися, коли переїхала вчитися до Одеси. Одного разу я опинилася в компанії друзів, там мене побачив фотограф. Запропонував просту зйомку. Я дуже соромилася, відмовлялася. Але потім, зваживши всі за і проти, вирішила все-таки піти. Потім я пішла на умовних TRF (безкоштовно, мені за це нічого не платили), а потім, коли я набралася достатньо досвіду, почала цим заробляти.

Мені подобається сфера моделінгу і фото тим, що ти отримуєш дуже-дуже багато знайомств. Кожний день ти зустрічаєш нових людей.

Кожний. Ти йдеш Одесою і думаєш, що, Боже, а я і того знаю, і того. Це величезний плюс.

Моя головна особливість – руде волосся. Волосся точно. Але нічого б не вийшло і без моєї харизми, вона у мене є. Мої емоції. Найчастіше принаймні так говорять. Я вмію показати те, що інші не зможуть зробити.

Завдяки Інстаграму мене шукають фотографи, різні замовники. Також я заробляю на Інстаграм, адже мені платять за рекламу. Також на умовах бартеру отримую піцу, суши, одяг та сумки. І, звичайно ж, гроші.

Мій профіль в Інстаграмі – це не лише фото, а й різні пости, у яких те, що мені близько, до душі. Я не стараюся це робити для когось, а веду сторінку в першу чергу для себе. Не можу сказати, що я стовідсотково і дійсно блогер, моя сторінка для себе більше.

В Україні я знімалася для стоків і багато хто надсилає мені потім, побачивши десь моє фото. Так, це дуже круто, дуже. Проте я не вважаю, що я популярна. Я завжди скромна. Я не можу пишатися собою, поки не досягну більшого. Я думаю, що це не кінець. Насправді дуже багато знайомих мені пишуть про це. «О, це ти?» - надсилають фото. Також я вчусь в університеті, і викладачі кажуть: «О, я тебе бачила!» Там реклама була, там на рекламних банерах.

Я не впевнена ще, чи хочу далі працювати у цій сфері. Вона приносить величезні кошти, так. За день я можу заробити те, що на звичайній нормальній роботі я зароблятиму два-три тижні. Але, якщо ти не ходиш на кастинги, не показуєш себе, то роботи у тебе не буде. Я не вважаю це серйозним, але подивимося, що буде далі.

Є дуже багато проєктів, які я хочу реалізувати наживо. Є багато крутих пропозицій. Не лише в Одесі, Києві, а й у різних містах. Кличуть за кордон, але я ще думаю. Чи хочу я цим займатися і далі. Бо зараз вже

4 курс, диплом. Професією, яку я здобуваю, не дуже хочу займатися, тому, можливо, і працюватиму у сфері моделінгу.

**Назад у майбутнє: огляд кінострічок, які розповідають нам
про життя у майбутньому (Review)**

*«Їх знищила не ядерна зима, а довгий і позбавлений сенсу захід
гордині»*

Уявіть собі постапокаліптичний світ, яким правлять роботи. Таким більшість з нас і представляє наше майбутнє. Netflix створив експериментальний анімаційний серіал «Кохання, смерть та роботи». Кожний епізод у ньому присвячений окремому сюжету та виконаний у різних жанрах, серед яких: фентезі, «чорна» комедія, наукову фантастику та навіть фільм жахів. Епізоди представлені у вигляді повноцінних короткометражних фільмів. Усі три явищі любов, смерть та роботи представлені у серіалі. У деяких серіях розкриваються вони повністю, в інших – лише одне з них. Творці серіалу вдало грають на контрастах, адже в серіях ми можемо побачити й Стародавній Китай, і світ після екологічної катастрофи. Розумна та філософська серія міксується з простим та розвантаженим епізодом. Ця суміш не дає можливості занудьгувати, з'являється бажання продовжити перегляд серіалу.

*«Від інтернету немає ліків, він ніколи не зникне! Твоє ім'я
запам'ятають навіки!»*

Образ чорного дзеркала не дарма використаний в однойменному британському серіалі, адже наші гаджети з чорними екранами стали нашим повним віддзеркаленням сьогодні. Вони зберігають усі наші таємниці та показують, ким ми є насправді. Серіал розповідає про зворотній бік технологічного прогресу, виклики якого зможе подолати не кожна людина. Хто зламається і втратить баланс між життям

реальним та віртуальним – покаже час. Епізоди сюжетно жодним чином не пов'язані між собою, їх об'єднує лише тема – новітні технології.

Критики говорять, що «Чорне дзеркало» став прикладом досить агресивного мистецтва, яке має зрозуміти кожен. Саме завдяки гострим проблемам та поведінці персонажів епізоду складно не відреагувати на ситуацію і не знайти відгук у себе всередині. Чим більше ми дивимося в екран смартфона, тим більшим стає рівень критики. Тема злості та погроз в інтернеті стала ключовою у сучасному житті.

«Люди використовують силу, коли їм бракує слів»

Історія молодого програміста Еліота точно не залишить байдужим глядача. Кохання, погана компанія, психічні розлади – усе це змушує переглянути серіал за одну ніч. Хлопець страждає на соціофобію. Намагаючись мінімізувати контакти з людьми, він стає програмістом. Одним з кращих у своїй галузі спеціалістом. На роботі він швидко зіштовхується з підпільними організаціями, які намагаються перетягнути його на сторону зла, аби обвалити активи американських корпорацій. Велика кількість серйозних і правильних думок про сучасне життя і його незахищеність, які не полишають героя змушують і нас інакше подивитися на світ. Відкрити дані, безпека у соцмережах, доступ до будь-якої інформації допомагають шахраям та хакерам керувати тобою, обманювати тебе та навіть можуть зруйнувати твоє життя.

«Не дай себе обманути»

Прихильники Хью Лорі, який назавжди запам'ятався нам роллю Доктора Хауса, можуть радіти, адже зірка телеекрану з'явився у новому комедійно-фантастичному серіалі «Авеню 5». Події розвиваються в далекому майбутньому, коли звичайний туризм витісняється туризмом космічним. Проте він, попри всі переконання, не стає найбільш безпечним видом подорожей, і корабель потрапляє у катастрофу. Замість

8 неділь земного часу команді та туристам доведеться прожити на космічному лайнері 3 роки. За цей час правдою стає те, що корабель летить весь час на автопілоті, а капітан та всі члени екіпажу насправді наймані актори, які зовсім не розуміють, що робити далі. Серіал – класична чорна британська комедія, тому сказати, що він сподобається всім не можна, проте поціновувачі сарказму і хорошого гумору точно оцінять на високому рівні всі епізоди.

Відповідальне блогерство (*Expirience*)

Анна Гресь – акторка студії «Мамахохотала», блогерка. Запустила кампанії в Instagram під хештегами #СортируйМусор, #Несторьзарулем

Якщо ти досі думаєш, що блогери лише рекламують косметичні засоби та брендований одяг, очевидно, ти підписаний не на тих людей. Про гармонійне поєднання краси, гумору, соціальної свідомості та відповідальності, які регулярно висвітлюються у публікаціях, у нашому матеріалі.

З чого почати сортування

Два роки тому мені подарували екосумку, я почала постійно брати її до магазину замість пакетів. Тим самим я відмовилась від поліетиленових пакетів взагалі, все складаю у сумки та придбані мішечки.

Нещодавно в Instagram Женя Клопотенко, мій знайомий, показував «не кульок» – це такі пакети з тканини, які використовуються замість поліетилену. Я зайшла на сторінку організації, яка займається сортуванням сміття, такий собі мінізавод з перероблювання. Задумалась над тим, скільки сміття ми виробляємо, скільки пластику використовуємо, і наскільки це все забруднює середовище.

Соціальна відповідальність

Я подумала, що оскільки у мене багато підписників, треба своїм прикладом показувати щось корисне

людям. Не просто постити фото, меми, а намагатись змінити людей, їхнє ставлення, говорити про те, що так не можна робити. Хотілося б, щоб вони задумались над тим, що відбувається навколо, адже у нас немає такої культури.

Про мотивацію

Я розповідаю про свої походи на сортувальну станцію не тому, що у мене 75 тисяч підписників і я хочу отримати більше лайків. Я намагаюсь хоч трошки допомогти зробити світ кращим. Люди не задумуються над тим, що це сміття не вивозиться взагалі або не утилізується, а лише забруднює довкілля. Також рідко задумуються над тим, що записувати сторіз, знаходячись за кермом, — дуже небезпечно. Скільки нещасних випадків вже сталося через це. Просто про це не говорять. Тому я подумала, що треба підіймати ці питання, щоб люди дивились, надихались, розуміли, що це доступно і не так вже важко робити. Хочеться, щоб люди почали жити більш свідомо. Тому вирішила показувати власний шлях, у цьому допомогли соцмережі.

Перепони на шляху

Мені доводилось спілкуватись із багатьма людьми, які насправді хочуть сортувати сміття, але вони розуміють, що для цього немає умов. Заводів для перероблювання немає, а організація «Україна без сміття», до якої я звертаюсь, існує коштом пожертвувань – регулярних благодійних внесків свідомих людей.

Як у нас все зазвичай працює? Є контейнери для скла, заліза і пластику. Люди сортували це сміття – приїхав сміттєвоз, все скинув в одну машину і кудись вивозить. Мені навіть страшно уявити, яких масштабів ті звалища.

Сортування — це про відповідальність. У мене є машина, є 200 гривень, я можу вивозити сміття на станції. Я віддала 150 гривень для того, щоб працівники відсортували відходи, тому що я не виділила час і не встигала зробити це самостійно. Також 50 гривень – за спалювання неліквідного пластику.

Реакція підписників

Друзям розповідаю про це, але вони говорять, що поки що не готові платити за сортування сміття.

Деякі підписники почали надсилати мені фото, на яких вони теж сортують сміття. Знову ж таки, це в Києві є місця, у яких це можна робити, а в інших містах – нікуди. Навіть якщо людина хоче, то можливостей немає.

Нас ніхто цьому не вчив, на жаль. Ти лише методом власних спроб і помилок намагаєшся відповідально підходити до цієї справи.

«Я розповідаю про свої походи на сортувальну станцію не тому, що у мене 75 тисяч підписників і я хочу отримати більше лайків. Я намагаюсь хоч трошки допомогти зробити світ кращим».

Що таке Social Media Marketing (Rating)

В час, коли соціальні мережі стали невіддільною частиною нашого життя, з'явилася необхідність у професіоналах, які допоможуть просувати товари, послуги та особистий бренд.

SMM – social media marketing, простіше кажучи, маркетинг у соціальних мережах. Якщо ще три роки тому запорукою успіху компанії

був надсучасний сайт, то сьогодні все працює за принципом «не маєш профілю у Фейсбук чи Інстаграм – ти невідомий». Така популярність людей та організацій з великою кількістю фоловерів пов'язана з широким розповсюдженням соціальних мереж, які стали повноцінними платформами для розміщення контенту, реклами та піару.

Спеціаліст з соціального маркетингу займається переважно просуванням брендів, компанії або події. В широкому розумінні – допомагає вибудувати комунікацію з аудиторією, рекламодавцем, клієнтами. Головні завдання такого працівника включають формування бренду компанії. Далі людина має підбирати контент, за допомогою якого формуватиметься база клієнтів. Більшості SMM-спеціалістам знадобляться навички дизайну, фотографії, написання текстів та здатність аналізувати.

Ми склали власний рейтинг шкіл, в яких можна освоїти цю актуальну професію:

5-те місце HILLEL

Курс Social Media Marketing призначений для опанування необхідних навичок бізнес-комунікації. Буде вдалою інвестицією для тих, хто планує працювати з брендами та компаніями. До навчання рекомендують студентів останніх курсів вишів, громадських діячів та власникам або представникам бізнесу. Курс складається з 16 занять, які проходять два рази на тиждень.

4-те місце ITEA

Всеукраїнський освітній проєкт комплексної підготовки та розвитку спеціалістів у сфері ІТ влаштовує інтенсиви, які здатні вивести вас на новий професійний рівень. Дводенний інтенсив-практикум проходить і цього разу. Навчання підійде для SMM-менеджерів,

копірайтерів, блогерів, маркетологів, піарників та журналістів. Зокрема, тобі розкажуть про сторітелінг, нативну рекламу, таргетинг.

3-тє місце IMB Academy

SMM курс від Міжнародної академії маркетингу та бізнесу не дарма вважають одним із кращих в Україні. Це єдина програма в країні, яка надає можливість отримати міжнародний диплом та доступ до актуальних знань та практики. Програма охоплює три формати: вечірнє навчання, інтенсивне навчання та онлайн. Можна обирати між повним курсом та виключно практичним навчанням. Унікальний курс адаптували під реалії українського ринку.

2-ге місце Basilik School

Практична школа комунікацій закликає кожного «Лайкати по любові» і запевняє, що може навчити тебе, як це робити. Вони підготували повні курси, які допоможуть опанувати професію та знайти роботу мрії. Повний курс із соціального маркетингу підійде для тих, хто хоче розібратися в основних компетенціях. Наявний теоретичний та практичний блок. Тривалість курсу – 2 місяці.

1-ше місце КАМА

Київська Академія медіа мистецтва вже не перший рік є лідером з освіти для майбутніх журналістів, піарників, медійників. Там пропонують й інтенсиви з SMM. Літній курс передбачає повне занурення протягом чотирьох днів у діджитал. Тебе познайомлять з головними процесами роботи, допоможуть розібратися з кейсами та практично створити стратегію розвитку бренду у соцмережах.

Життя заради лайків (Opinion)

Владу 23. Він користується Instagram п'ять років. Його профіль в одній кольоровій гамі, має позначку «особистий блог» та близько

тисячі підписників. Часто постить красиві фото, активно спілкується з друзями, записує історії. Instagram став буденною частиною його життя, так само як і твого.

Ми поговорили з ним про те, для чого йому і його поколінню соціальних мереж, як не втратити себе в гонитві за лайками та де межі особистого у соціальних мережах.

DG: Дивлячись на Instagram з точки зору активного користувача, чим він є для тебе?

Влад Бабенко: Інстаграм зараз – це необмежені можливості. По суті – ринок. Чим крутіше ти торгуєш і якісніше твій товар, тим більше покупців буде крутитися біля твоєї лавки. Зараз тут багато інформаційного сміття, але це норма XXI століття. Рекламу, рекламу, ще раз рекламу. Проте якщо ти робиш дійсно щось прикольне, креативні речі, то тебе помітять.

Зараз все більше людей стають блогерами. І це зрозуміло, адже Інстаграм дає тобі все для цього.

Завжди треба переглядати свій матеріал, проводити аналіз того, що було добре, а що погано зроблено. Загалом, Інстаграм – це платформа, де кожен намагається продати себе найдорожче.

Не обов'язково за гроші, більше за «Зверніть на мене увагу!» Не будемо приховувати, всім подобається увага, – так ось якраз тут всі за нею і гоняться.

DG: Хто твій читач? Отримуєш від нього фідбек?

В.Б.: Важко сказати. Скоріш за все, це люди, які мене знають чи тільки планують познайомитися.

Останнім часом помічаю, що якраз багато людей, яких я не знаю особисто, проявляють активність на моїй сторінці. Проте свого типового підписника я не знаю. Знаю тільки, що моїм друзям набридло, що я постійно знімаю сторіс і там їх позначаю.

DG: Зараз люди не живуть власне моментом, а створюють його для того, щоб показати в Instagram іншим. Для кого ти постиш фото?

В.Б.: Щодо цього можна дуже багато розмірковувати. Особисто я ні для кого. Для себе більше, скоріше за все, для підтримки фрази типу: «Подивіться, я все ще живий». Хоча знаю людей, для яких життєво необхідно кожного дня викладати щось, ділитися своїм життям.

На кшталт «яку муку придбати» або «порадьте, де випити кави». Це безглуздя, як на мене, тому що якщо ти хочеш кави, то йдеш і на основі власного досвіду купуєш те, що подобається. Це звичайно, якщо ти не в іншій країні чи місті знаходишся, хоча і тут я надаю перевагу першому варіанту. Взагалі страшно розуміти в який час ми живемо, скоро без опитування в Інстаграмі, пардон, але і в туалет сходити не зможемо.

DG: Багатьох пригнічують їхні старі фото, адже віком змінюємося не лише ми, а й наші смаки. Ти пам'ятаєш свої перші публікації? Як до них ставишся?

В.Б.: Я в Instagram зареєстрований з кінця 2014 року. Звичайно, я пам'ятаю свої перші публікації, буває,

повертаюсь до них, гортаючи стрічку свого профілю. Тому що за цей час я встиг наробити різних фото.

Детально пам'ятаю практично кожне з них. Як я робив знімки, яка була погода в той день на вулиці, чи з ким я був в той момент.

Старі або перші публікації не оцінюю ніколи. Просто знаю, що в той момент мені хотілося зробити саме таке фото і викласти його, а це означає, що саме в той момент це було правильним.

Не шкодую ні про що, а навпаки прикольно спостерігати, як я змінювався, і, разом з тим, змінювалося моє сприйняття всього довкола.

DG: Де шукаєш натхнення для фото зараз?

В.Б.: Ось чесно, для створення фото не шукаю ніякого натхнення. Просто йду, щось побачив, дістав телефон, сфотографував і пішов далі. Вдома потім, коли маю вільний час, обробляю так, як

подобається і викладаю. У мене не так давно був період застою у соцмережах. Я 7 місяців, а може і більше нічого не постив. Були різні причини. І хочу сказати, що втратив доволі велику частину

аудиторії. Саме тоді, можливо, я робив свій профіль для підписників. Проте у житті починають відбуватися речі, які примушують тебе дивитися зовсім інакше на все. І зараз мій Інстаграм лише для мене.

DG: Для тебе важлива кількість підписників і лайків?

В.Б.: Буду чесний, раніше дратувало жахливо, чому так мало уваги приділяють моєму профілю, адже я ж все так прикольно роблю.

Виходить, що раніше гнався за цим. А зараз настільки це все видається смішним мені. Коли чую подібне, то всередині реально сміюсь!

Зрозумів просто, що чим більше ти женешся за чимось, тим далі ти від цього. А найгірше те, що ти віддаляєшся від своєї початкової мети

Це не тільки Instagram і лайків стосується. У гонитві за всім цими дурницями дуже багато

хороших людей перетворилися на маріонеток.

DG: Зв'язки в Instagram – не лише віртуальні? Отримував цікаві пропозиції в дірект?

В.Б.: З приводу зв'язку в реальному житті я думаю, що Instagram - це взагалі ідеальний варіант. Дуже і дуже багато людей знаходять хороші пропозиції, гарних друзів саме тут.

І мені особисто теж надходили пропозиції які мене зацікавлювали, але я відмовлявся з різних причин. Напевно, моя найбільша проблема в тому, що дуже багато всякого сміття у мене в голові з приводу того, як повинна розвиватися людина. Це зараз я

розумію, що так, якби сьогодні я мав подібні пропозиції, як ті, що мені надходили стосовно фотографії та іншого, можливо, я б їх переглянув. Але, повторю, тоді у мене було зовсім інакше все в голові.

Надходили навіть пропозиції з приводу того, щоб зайнятися модельним бізнесом, пропозиції стосовно реклами одягу. В цілому, багато цікавих і прикольних можливостей від яких я відмовився, тому що вони підпадали, скажімо, під мої стереотипи. Тому що, якщо мені надходили якісь пропозиції, я думав, що є люди, набагато талановитіші з умінням продавати та просувати товар. Вони точно мають можливості зв'язати Інстаграм зі своїм життям. Ну або зробити цю соціальну мережу основою для свого подальшого розвитку та успіху.

DG: На кого радиш підписатися? Хто надихає?

В.Б.: Здебільшого на блогерів. Це дуже цікаві та харизматичні люди. Сергій Сухов (@sergeysuhov), Ірина Голдман (@veryire), Христина Макєєва (@hoboreeva) Мурад Осман (@muradosmann), Дмитро Комаров (@komarovmir). Це люди, які мене дуже надихають, мені подобаються їхній спосіб життя і головне правило: «Живемо один раз!» Я сам намагаюся вчитися цьому правилу, але це складно. Найбільший бар'єр на шляху до цього є зона комфорту, яку деякі люди ніколи не наважаться покинути.

DG: Чого ніколи не побачать твої підписники?

В.Б.: Найпотаємніші та найтепліші моменти мого життя. Я вважаю вони тільки твої, і такими й повинні залишатися. І взагалі, все більше переконуюсь, що особисте життя повинне бути поза соціальними мережами! Тому що сьогодні дуже багато заздрісників і «гнилих» людей. Хоча, якщо подумати, може і заздрити немає чому. Проте завжди знайдуться ті, хто за чашкою кави обов'язково обговорять твій одяг або етикетку від спідньої білизни, яка випадково потрапила в кадр на фото. В будь-якому разі, особисте життя залишилася б за кадром.

2.3 Матеріали видання DG (Digital Generation), випуск 3 «Life Style» (лютий-березень 2020 р.)

Лист редакторки

Стиль життя повністю характеризує нас як покоління. Ми руйнуємо шаблони моди, стилю, уявлень про освіту і культуру, музику і спорт. Ми покоління творців, реформаторів, творців змін. І, разом з тим, покоління загублених, вигорівши людей, які знаходяться у постійному пошуку себе.

Тому іноді, все чого ми хочемо від життя, можна перерахувати за кілька секунд. Одяг. Так, ми хочемо виглядати стильно. Він характеризує нас, він став нашим засобом для самовираження. Масмаркет та вантажні речі чудово співіснують на наших полицях. Ціна – не головне. Значно важливішим є стиль та унікальність.

Ми більше зосереджені на матеріальних цінностях, ніж на допомозі суспільству. Хоча нас турбує екологія та довкілля. Скоріше з егоїстичних цілей, ніж з огляду на перспективу та відповіді на питання: «У якому світі житимуть наші онуки?» Але ми сортуємо сміття, наливаємо каву у власні багаторазові чашки та їздимо на велосипеді.

Подорожі. На них ми готові витратити все і навіть іноді ті кошти, яких ми не маємо. Емоції та враження – головна цінність нашого життя.

Ми не їмо пластівці на сніданок (так, це вимагає забагато зусиль), рідко надягаємо туфлі на підборах (тренд на кросівки – це зручно), надаємо перевагу маленьким квартирам і, кажуть, ми знищили уявлення про шлюб. Ми унікальне покоління, як і наш стиль життя.

Експерт з бюджетних подорожей (*Experience*)

Саме так попросив підписати себе Артем Новіков під час нашої розмови. Він відвідав Грузію, Польщу, Іспанію, Британію. І йому вдалося зробити це досить бюджетно. Як навчитися поєднувати приємне з корисним – подорожі та навчання, — у нашому інтерв'ю.

DG: Проєкт Erasmus+. Що це і як туди потрапити?

Артем Новіков: Почалося все з того, що я вступив до Молодіжного ресурсного центру, це, свого роду волонтерський центр, де волонтери мають можливість брати участь у різних проєктах. Вони спрямовані як на допомогу суспільству, так і на особистий саморозвиток. І мій перший крутий проєкт почався саме завдяки МРЦ, коли я за програмою Erasmus + поїхав до Польщі. І після цього я мав можливість на постійній основі їздити на такі проєкти, оскільки я познайомився з координатором, який надає можливість відвідувати Еразмус програми.

DG: Шукати такі можливості досить непросто, як це робив ти?

А.Н.: Як на мене, в інтернеті є купа цікавих сайтів. Наприклад, Студвей, який надає можливість переглянути усі актуальні стажування, проєкти, гранти, конкурси. Також іноді університет підкидує нам такі можливості, у нас є Центр міжнародних зв'язків, його представники надають додаткову інформацію: це можливості, навчання та стажування за кордоном.

DG: Закордонні поїздки – це завжди круто, але де брати кошти на них?

А. Н.: Зазвичай це невеликий бюджет. Для того, щоб відвідати проєкт Erasmus+ необхідно від 50 до 80 доларів або євро. Враховуючи те, що ти житимеш там впродовж тижня, це надзвичайно дешево, порівнюючи з тим, якщо ти самостійно спробуєш потрапити чи подорожувати Європою.

Стосовно зв'язків. Вони необхідні, особливо, якщо ти хочеш поїхати за Erasmus проєктом, ти маєш так би мовити сформувати певну базу, коли координатор, який займається цими проєктами, розуміє, що ти людина надійна, не підведеш команду і розуміти те, що ти несеш

певну відповідальність. Тому, мати певні зв'язки з людьми, які проводять ці заходи, дійсно важливо.

DG: Подорожі стали твоєю головною мотивацією?

A.H.: Мене підштовхувало на таку участь перш за все подорожувати відносно дешево і відкривати для себе нові місця. Я відвідував Erasmus проекти у Польщі, Іспанії, Грузії. Також я відвідав Міжнародну журналістську конференцію у Великій Британії, але не за Erasmus проектом. Взагалі для мене це можливість перезавантажити себе, перезавантажити своє оточення, тому що надзвичайно цінний той час, коли ти можеш подивитися на речі з іншого ракурсу, під іншим кутом. І, тим більше, познайомитися з іншими людьми, познайомитися з їхніми цілями, мріями. Цей контраст, який ти спостерігаєш під час подорожей, надихає тебе ставити вищу планку і планувати своє життя більш свідомо.

DG: Чи все давалося тобі легко?

A.H.: Перш за все ти маєш зрозуміти, які труднощі будуть на твоєму шляху: культурний шок, коли ти матимеш співпрацювати та жити з представниками інших культур, традицій, релігій. Наприклад, на останньому проекті я жив зі шведами. Ми з ними чудово здружилися, вони надзвичайно гарні хлопці, але напевно це залежить від того наскільки ти здатен виявляти гнучкість як розумову, так і ментальну у тій чи тій ситуації.

DG: У чому особливість таких проектів? Які запам'яталися найбільше?

A. H.: Erasmus в Грузії, один з останніх. Його особливість полягала у тому, що нам необхідно було самостійно проводити майстер-класи, активності для інших учасників, чого не було в попередніх проектах.

Також я думаю, що Хаб медіамобільності. Це журналістська інтернатура, можливість стажуватися в провідних ЗМІ країни, двотижнєве стажування. Це дійсно чудова можливість обрости професійними зв'язками, покращити свої певні навички та створити для себе портфоліо.

І третій проєкт - The Future News Worldwide – це журналістська конференція, яка проходить щорічно у Лондоні, яку проводить British Council. Я виграв можливість відвідати її безкоштовно, отримав безкоштовну візу, тобто усі питання пов'язані з проживанням і перельотом були вирішені ними. І це можливість поспілкуватися з професіоналами з усього світу, такими як BBC, CNN ABC News. І не лише зі ЗМІ. На цій конференції проходили різні тренінги, різні воркшопи, мотиваційні виступи.

DG: Яким чином допомогла тобі участь у таких активностях у житті?

A.H.: Перш за все, беручи участь в таких проєктах, ви створюєте для себе можливість усвідомити: перше – у якій би сфері вам хотілося себе реалізувати, в якій країні вам би хотілося себе реалізувати. Це отримання досвіду, отримання навичок, тому що подорожуючи за межі нашої країни, та й у межах країни, ти стаєш конкурентоздатнішим, у порівнянні з іншими однолітками. Другий момент – ти отримуєш навички на цих проєктах. Різні як хард скіли, так і софт скіли, тобто, залежно від проєкту. Це можливість звичайно завести нові стосунки, знайти нових друзів. Часто це може допомогти у майбутніх подорожах. Наприклад, якщо ти познайомився з кимось із Греції, то подорожуючи Грецією ти зможеш до них завітати та навіть пожити у них.

Кіно і людяність (*Review*)

«Єдиний спосіб жити у цьому світі – жити без правил»

Психологічна драма «Джокер» стала головною кінопрем'єрою 2019 року. Мати з дитинства вчить Артура жити з посмішкою, нести добре людям. Але людська жорстокість поступово переконує хлопчика в тому, що світ не заслуговує на його добру посмішку. Скоріше, їх чекатиме зла усмішка Джокера.

На що здатна покинута людина, яку відштовхнули від себе всі. Чи піде він на помсту? А може герой підштовхне інших до змін у житті?

«Не важливо, хто ти зовні, головне – хто ти всередині»

Стрічка «1+1» стала класикою фільмів про те, як люди можуть змінитися, коли поряд знаходяться ті, хто розуміє і може підтримати. Мільйонер Філіпп постраждав у ДТП, внаслідок чого його повністю паралізувало. Для догляду за собою він винайняв Дрісса – молодого хлопця, який щойно вийшов із в'язниці.

Йому вдається внести у нудне аристократичне життя чоловіка безліч пригод та змінити його уявлення про світ. Як протистояння двох світів переросли у міцну дружбу – у фільмі «1+1».

«Кохання, час, смерть. З чого почнемо?»

У житті головного героя фільму «Прихована краса» сталася страшна трагедія. Вона загнала працівника рекламної агенції у важку депресію. Колеги вирішують допомогти талановитому другові і створюють «план порятунку». Однак він спрацював зовсім не так, як думали вони.

«У вас лише одне життя. Ваш обов'язок – прожити його на повну».

Успішного і заможного екстремала Вілла Трейнора збиває мотоцикл, з цього часу життя головного героя фільму «До зустрічі з тобою» повністю змінюється.

Прикутий до інвалідного візка хлопець, втрачає всі переваги життя, а разом з цим і будь-який інтерес до життя. Його спокійне буття і підготовку до евтаназії порушує дівчина-свято Лу, яку винаймають у

якості покоївки. Вона починає організовувати для Вілла різні розваги, хоча хлопець навідріз відмовляється від них. Згодом між молодими людьми виникають почуття. Чи вийде у Лу переконати коханого жити далі?

Мерч – нова гонитва за брендами та логотипами? (Creator)

Незалежним видом продукту у сучасній модній індустрії стає мерч. Ним називають як колекції відомих брендів, так і авторську продукцію відомих людей, які під своїм ім'ям випускають різні речі. Ми попросили дизайнерку-початківця Світлану Рогульську допомогти розібратися з цим питанням.

Що таке мерч

Я вважаю, що в наш час мерч – це спосіб самовираження. Якщо в далеких 60-х роках його просували лише відомі музичні групи зі своїм зображенням чи логотипом, то зараз кожен охочий, маючи фантазію та ресурси, може випустити такий продукт. Для дизайнерів, які починають це гарний стартап для подальшого розвитку.

Який зв'язок з модою

На нашому ринку купа речей, але погодьтесь, вони всі одноманітні. Тому завдяки тенденції на мерч, люди можуть придбати ексклюзивну річ, єдину у своєму роді, адже найчастіше його випускають на короткий термін і щоб придбати його, потрібно поспішити. Актуальним є не офіційний мерч, а саме незвичайні зразки, те, чого не знайти так просто. Наприклад, дизайнери-початківці, які роблять дизайн з авторською графікою, найчастіше, займаються оформленням вручну, це додає цінності таким речам. Ось це круто, це цінується, і я впевнена, що кожен захоче такий одяг собі в гардероб.

Хто випускає мерч

Необхідно знайти професіоналів для розробки корпоративного дизайну. Звісно, якщо ви не велика корпорація, найпростіше доручити виготовлення атрибутики спеціалізованій фірмі. Потрібні такі люди, які знають як запропонувати сучасну ідею суспільству та реалізувати її. Одним з головних критеріїв гарної мерч-колекції є той факт, аби було гармонічно підібрати носії дизайну. Потрібно продумати способи реалізації продукції на ринку, її поширення. Це може бути реклама у блогерів, персоналізовані подарунки, закриті презентації чи фірмовий магазин.

Форми втілення

Ну наприклад Rolling Stones які свою обкладинку альбому «Sticky Fingers» прикрасили зображенням чоловічого паху в джинсах, що на той час було непристойним. Відтоді будь-хто, хто надягав футболку з цим принтом без зайвих зусиль висловлював свій протест. Футболки — це класика мерчу. Тому це перше, про що можна подумати. В наш час в тренді худі та світшоти, які також стали невіддільною частиною продукції мерчу. Також стікери витісняють раніше актуальні олівці та чашки. У кожного своє наповнення та концепція, яка відокремлює саме його мерч від інших.

Причина популярності

Мерч став універсальним набором: футболки, худі, шарфи та кепки. Їх можна міксувати з великою кількістю речей та створювати сучасні, «свіжі» луки. Також, вдягнувши мерч тої чи іншої популярної групи, ти стаєш прихильником їх ідеології, підкреслюєш той факт, що сам цілком розділяєш їх цінності. Таким чином люди долучаються до масштабного руху та стають частиною цілої культури зі своїми поглядами.

Успішні українські проєкти

В Україні велика кількість крутих і талановитих дизайнерів-початківців, від яких у майбутньому можна очікувати дійсно вартого уваги продукту. В нашій країні мода на сучасний музичний мерч росте, адже велика кількість нових талановитих артистів таким чином роблять собі рекламу. Наприклад, група Space of Variations відрізняється не тільки гарною картинкою на своїх речах, але і сенсом, який несе у собі. Хлопці з Вінниці, там і друкуються. Видно, що за тенденціями в дизайні не гоняться, але відчувається, що зроблено з душею. Фанатам тільки на радість. Свого часу брендові труси O.Torvald також наробили галасу, фронтмен групи зробив такий подарунок італійській журналістці. Звісно, це і стало початком для подальшого розвитку мерчу, і тепер можна купити інші речі з девізом групи. Таких прикладів безліч. Приємно розуміти, що Україна не відстає від трендів, та також хвалиться одягом з символікою талановитих українських музикантів, які не поступаються закордонним виконавцям.

Екологічна кава з собою: рейтинг херсонських кав'ярень (Rating)

Швидкий темп життя спричинив появу нового виду залежності. Кавової. Ми п'ємо її щойно прокинувшись зранку, в обідню перерву, аби отримати заряд бадьорості для подальшої роботи, увечері під час зустрічі з друзями. Поспішаючи, у кав'ярні звикли хапати каву з собою, аби випити її по дорозі. Але ми забуваємо про той факт, що пластикові горнятка завдають великого удару екології. Порахувати лише, одна людина, випиваючи два рази на день каву, лишатиме після себе понад сім сотень стаканів, які не переробляють у нашій країні. Альтернативою цьому стали екочашки – багаторазові стакани, які ви можете використовувати постійно, а іноді отримувати приємні бонуси – знижки та смаколики, якими віддячить кав'ярня за твою небайдужість. Саме для

цього ми склали рейтинг та показали, наскільки «екофрендлі» є заклади Херсона.

5-те місце Good Squirrel

Ціна кави у діапазоні 18-35 гривень. Досить бюджетно для міста. Бонусів за власну чашку ти не отримаєш, проте постійно діє накопичувальна система. Завдяки їй, придбавши шість разів каву, сьому ти отримаєш у подарунок. А постійні клієнти мають знижку 20%.

4-те місце Коко

Тут кава коштує від 25 до 45 гривень за чашку. Десерти вам запакують з собою у паперовий пакет, ніякого пластику у закладі не використовують, проте каву наливають у класичні стакани.

3-тє місце Peloton Coffe

Якщо ти прихильник велоспорту та велотранспорту – тобі точно сюди. Стоянка для найекологічнішого виду транспорту та подарунок у вигляді домашнього печива – непоганий початок на шляху до піклування про довкілля.

2-ге місце Prostir

Заклад підійде для того, хто готовий заплатити за чашку кави від 21 до 40 гривень. Його екологічності може позаздрити кожен. Тут пропонують навіть екологічні трубочки, якими може скористатися кожний відвідувач. Також кав'ярня влаштовує різноманітні інтерактиви та розіграші для відвідувачів.

1-ше місце Вільний птах

Абсолютний лідер серед херсонських закладів – кав'ярня «Вільний птах». Ціни коливаються тут від 21 до 40 гривень. Стаканчики тут збирають на переробку вторинної сировини, а кожному, хто завітає

зі своєю чашкою, зроблять знижку у 20%. Також влітку заклад організовує екскурсію на байдарках.

No waste Ukraine (Experience)

Навіщо українцям сортування? І чи варто витратити на нього власні кошти та час?

Згідно з даними Глобального альянсу з питань здоров'я та забруднення (ГАНП) Україна увійшла до списку країн, громадяни яких загинули через забруднення навколишнього середовища. Зокрема, станом на 2019 рік у нашій країні зафіксовано 57 258 осіб, які померли через жахливі екологічні умови, понад п'ятдесят тисяч з яких – через забруднення води. А за версією агентства 24/7 Wall Street у рейтингу країн з найбільшим обсягом сміття на одного жителя Україна посіла 9 місце, розподіливши на людину 10,6 тонни сміття.

Ступінь перероблювання залишається мізерним, адже, за інформацією дослідження, лише 3, 2% вторинної сировини піддається їй. Як стверджують урядовці, головна проблема, яка заважає розповсюджувати культуру сортування в країні, — відсутність фінансування.

Майбутнім «світовим екологічним супермаркетом» назвав Україну у своїй передвиборчій програмі чинний Президент Володимир Зеленський. Внеском у майбутнє він проголосив сортування та перероблення сміття та відмову від пластику. Проте і досі це питання залишається на контролі виключно небайдужих активістів, а жодних реформ ця сфера не зазнала.

Справжнім новатором, а тепер і так званим проповідником сортування і перероблення стала громадська організація «Україна без сміття». Громадські сортувальні станції з'явилися у Києві й функціонують за пожертви екоактивістів та постійних клієнтів. У мріях

організаторів – країна, у якій не буде сміття взагалі та станції сортування у кожному місті, містечку та селі. Також вони лобіюють громадський контроль у сфері поводження з відходами та сувору відповідальність за забруднення довкілля.

«Помий! Висуши! Стисни!» Головне правило для тих, хто здає сміття на перероблення. Дати нове життя пластиковим пляшкам, пінопласту, паперу, склу, металу та навіть парасолькам можна тут. А для речей, які не входять до цього списку існує високотемпературне спалювання. Зокрема, дозволено залишати шуршики, диски, чеки, обгортки, канцтовари тощо.

Проект функціонує не виключно в промисловому сенсі: зібрали, розсортували, переробили. В першу чергу, це – освітня платформа для виховання відповідального і свідомого громадянина. З моменту відкриття першої стації у 2017 році й до сьогодні головна мета станцій – формування нових навичок споживача та нового ставлення до сміття. Як говорять самі засновники, коли сортуєш — сміття зникає. Тому вони з радістю окрім того, що приймають на перероблення та спалювання пластик, скло та інші продукти, організовують екскурсії для дітей і дорослих, проводимо в дитсадках, школах, ВНЗ, в офісах та державних установах. Одне з досягнень – навчальний курс, доступний безкоштовно кожному українцеві, на платформі Prometheus.

Комунікаційна менеджерка Іванна Давидюк говорить, що розвиток сортування має велике майбутнє в Україні: «Перспективи сортування і вторинного перероблювання точно великі, тому що у нас є стимул і мотивація. Мотивація полягає у тому, що зараз це дуже популярна тема, і всі говорять про екологію, про вплив на середовище. В медіа рівень освітленості цієї теми зріс дуже сильно. З іншого боку, ми реально маємо проблеми. Якщо ми це не вирішимо, то наслідки відчуємо дуже і дуже швидко».

До проблем на загальнонаціональному рівні вона відносить два фактори. Перший – відсутність відчуття, що країні це потрібно: «Газ, податки та пенсії турбують всіх, а ліси, звалища і повітря, дивним чином, не дуже».

Друга причина – слабкий розвиток інфраструктури. «У нас є 4 станції по Києву, є дуже багато прихильників, які приїзять на машинах, таксі, публічним транспортом. Хтось приїздить до Києва, з Одеси навіть, по пів року збирають, а потім, коли їдуть в Київ, вони завантажують машину. Звичайно, це не може працювати у великих масштабах, для цього потрібна інфраструктура, яку має створювати держава, тому що громадська організація неспроможна створити інфраструктуру для цілої країни,» - підсумувала менеджерка.

2.4. Матеріали видання DG (Digital Generation), випуск 4 «Alone Together» (квітень-травень 2020 р.)

Лист редакторки

Отримати диплом, відвідати кілька європейських країн, потанцювати на концерті улюбленої співачки, поїхати на фестиваль, зустрічати світанки на ще прохолодному морському піску. Це лише невеликий список речей, які відібрала пандемія корона вірусу у мене. І у кожного з нас. Світ ніколи не буде таким, як до цього страшного вірусу. Життя ми поставили на паузу, починаючи трохи переоцінювати головні цінності.

Рятуючи, не будемо говорити планету, а себе, свою родину, бабусю, сусідів від COVID-19 на самоізоляції, ми отримали безліч вільного часу.

Ми змінили підходи до освіти та зрозуміли, що класичне навчання стало неефективним та незручним. Зрозуміли, наскільки вразливим до кризових ситуацій є наш бізнес та робочі місця. Та

втратили набагато більше, ніж отримали. Проте ми й досі віримо у краще. У те, що ти зрозумів, що працювати на роботі, яку ти ненавидиш – марнувати життя, а кожна зустріч з друзями, мандрівка чи вечірка можуть стати останньою.

Однак подорожі ще обов'язково повернуться в наше життя. Ми ще побачимо Собор Святої сім'ї у Барселоні, пропливемо каналами Венеції, побачимо, як сяє вночі Ейфелева вежа. А поки що насолоджуємося вільним часом та можливістю переглянути сотні серіалів. Та тримаємо дистанцію.

Подорожі ще обов'язково повернуться у наше життя (View)

Коронавірус відібрав у нас безліч можливостей. Особливо болюче він вдарив по тим, хто не може жити без подорожі, адже весь повітряний транспорт припинив роботу, а більшість країн світу закрили свої кордони. Але ми віримо, що зовсім скоро можливість подорожувати повернеться у наше життя. Тому записали для вас розповідь досвідченої мандрівниці Оксани Пасічної. Про перші поїздки, бюджет та пригоди у нашому матеріалі.

Про першу подорож

Моя мрія була побачити море. Таке безкрає і вільне, таким я собі уявляла його. Така моя доля, що до 18 років я жодного разу його і не бачила, я і не бачила тої прекрасної, жаданої землі за кордонами України.

Поїздки на відпочинок починались лісом, ним і закінчувались. І ще двома відрами малини та чорниці й 20 кілограмами грибів. Боже, благослови Карпати, і моє рідне Яремче. Наша нивка-джип розсікала всі гори, так що ніхто навіть і не думав про невідомі краї. Тай ще й три донечки, будівництво хатки та мільйон варіантів куди можна використати гроші.

Та той вогонь у серці, і маленьку мрію я не могла сховати в горах.

З дитинства я брала участь у всьому, що було. Абсолютно у всьому. Так за моїми плечима було 6 років скрипки, 6 театрального, 7 бісеру і 10 танців. Саме через танці я побачила вперше Вінницю, Львів, Хмельницький і Болгарію! Мою першу країну! Це було дуже смішно. Я вдало закінчила перший курс вже університету, і моя вчителька збирала всіх на змагання у сонячну Болгарію! Для мене це було світло, через яке я вирвусь в люди! Я просто не могла не поїхати. Потім я дізналась, що це коштуватиме 250€ і трошки задумалася. В батьків брати гроші категорично не хотіла, але вони та давати не дуже хотіли. Тут раптом я згадала про свій козир — діда! Мій дідусь — це окрема історія на 5 років слухання, але те, що у мене чорне волосся, як в тата, відіграло свою роль. Я була автоматично занесена до об'єднання «Кам'янка» (частина села, де жив дідо). Як розумієте, дві сестри та мама — це команда білявок і об'єднання «Заріка» (інша частина того самого села). І він погодився позичити мені цю «божевільну» суму. Мені було вже давно як 18, ми автобусом їхали до Болгарії з костюмами та постійним поглядом у вікно: «Ну коли то вже там то море?». За ті гроші, що ми здавали, я була впевнена, що ми житимемо в «хоромах». Обідрані балкони, кисіль на вечерю і страшні кімнати. Мені то все нагадувало Трускавець, або санаторій для літніх людей. Насправді, не все було так погано, до омріяного моря йти 3 хвилини. І це було дійсно прекрасно. Болгарія дала мені маленьке відчуття свободи, яке потрібно було знайти в собі. Це я вже потім зрозуміла, і ще, я ціле літо працювала, аби віддати дідові гроші.

Про вибір країн

Спочатку все було дуже просто і за сценарієм. Після найбожевільніших 14 днів вожатою в таборі я повезла сестру в Чехію. Вірніше, вона мене до себе додому, але через те, що Валерія неповнолітня на мене робили довіреність. Мені пощастило, це були прекрасні два тижні в Празі!

Минув рік. У травні 2018 сталася найпрекрасніша моя подорож! І тут не я обирала, а обрали мене — у п'ятірку людей з цілої України. Erasmus+, молодіжний обмін, танцювальний проєкт, Грузія! Мені оплатили все, абсолютно. Вперше літала, де ще й на борту наливали вина і годували сиром! І сиділо по двоє людей! Після цього на такі блага людства у літаку я не натрапляла. Кращого проєкту як той, ще люди не придумали. Там були люди з Данії, Алжиру, Англії, Боснії й Герцоговини, Італії, Чехії та України. Все, що ми робили, — це постійно розмовляли до ранку, пили вино і танцювали. Грузія змінила повністю моє життя. Після неї я зрозуміла, наскільки мізерним життям жила. Те відчуття свободи вже було в мені.

З Грузії я прилетіла додому о 12 ночі, а вже наступного ранку і теж о 12 мала бути у поїзді до Львова, бо починалась наступна подорож! Відень — Будапешт. Тур. Школа Лідерів — це був цикл тренінгів, в якому останнє заняття — це спільний тріп. То було сильно. 33 людини, всі друзі й у всіх навіть видруковані слова пісень. Ой, не питайте. Так трапилось, що ще в Грузії я знайшла найдивнішого і цим найпрекраснішого друга Даріуса, який просто по фану заповнив мені анкету на молодіжний обмін в Туреччину. І як Ви думаєте? Мене взяли! Тема була про любов до природи. Все, що ми робили, — це насолоджувались природою (басейном та спа), їли найкращу їжу, яку я тільки бачила, і відпочивали. Відчуття були, що це проєкт, аби просто порелаксувати. Через те, що жили ми майже в 5 зірковому готелі, то це так і було. Дякую всім Богам за це.

А після цих божественних подорожей за кордоном я зрозуміла, що треба продовжувати! І так вже за 1,5 роки набрала темп і відвідала 17 країн.

Для того щоб обрати країни, я мала дві стратегії:

1. Куди є дешеві квитки.
2. Куди я заповнювала заявки на проєкти, і мене не брали.

Так бо так я завжди вміла загорітись містом і податись світ заочі. І знаєш, ці місця подобались найбільше. Так в моє серце прийшла Мальта. Малесенький острів в Середземному морі. Колись я навіть уявлення не мала, що таке існує. А Мальта виявилась, напевно, найкращим місцем, де я була. Там все сонячне. Особливо люди та архітектура. Ми жили у філософа по каучсерфінгу (програма де люди безкоштовно приймають людей). То була насолода буття, де я патріотка, і журналістка за громадянським покликанням, вперше відчула, що не хочу повертатись додому. Що я не зможу тепер нормально жити у своїй сірій Україні. Після поїздок найтяжче — повертатись додому

Про бюджет

Тут ти маєш вибирати: або складно, або дорого. Хочеш дорого, то буде не складно. Я чомусь завжди обираю «складно» і це не дорого.

Квитки на літак:
 Краків — Болонья — Мальта — Барселона — Варшава — Львів = 55€
 Львів — Франкфурт — Пальма де Майорка — Франкфурт — Львів = 27€
 Львів — Гданськ — Париж — Брюссель — Краків = 45€.

У всіх поїздках наш бюджет на двох складає максимум 120-150€ і це приблизно 4-6 днів. Деколи ще навіть лишається.

Найкращі квитки, які купувала — це з німецького Франкфурта на іспанську Майорку - 2,99€ туди і 3,99€ назад.

Сицилія мені обійшлась в 100€ взагалі й це разом з квитками. Мілан в дорожче ніж думали приблизно 150€ (розраховували на 80€). Всі ці ціни виглядають дуже захопливо, але Ви просто не знаєте скільки за ними ховається недоспаних ночей в аеропорту, мозолів і голодних очей.

Пам'ятайте про автостоп. Він завжди допоможе зекономити й весело доїхати. А ще про додаток Couchsurfing, в якому зможете знайти житло. Щоби зекономити на їжі, найперше — візьміть багато її з

України, маю на увазі сухофрукти, горіхи та снікери. Друге — їжте в тому місці, де живете, ніяких ресторанів. Тільки супермаркети й ручками приготована їжа.

У моїх подорожах комфорту нуль. У нас постійно рюкзаки на плечах, і ми всуваємо в них усе, що можна. Цікаво те, що ми постійно ходимо пішки. Це як найбільший принцип. Одного разу ми вирішили йти пішки з аеропорту до нашого хостелу, а це 14 км було, Мальта. За вечір ми перейшли з одного боку острова на інший. Бачили все, нігерські квартали, місця зйомок "Гри Престолів", автостради, піщані місця і газони шкільні. Якщо ти хочеш відчувати місто/країну — варто пройтися ним, і це не лише про центр. Вірніше, взагалі не про нього. Бувало таке, що проходили за день і близько 30 кілометрів.

Сон в аеропортах це взагалі окрема тема. Я вже там провела близько 20 ночей. І кожен пам'ятаю як зараз. Каучсерфери не завжди допомагають, а хостели, готелі бувають дуже дорогі. Інколи вони становлять половину нашого бюджету. Але Париж був неймовірний. Нас взяв хлопець з Сирії, який живе у центрі. З вікна на кухні ми бачили Ейфелеву вежу, а всередині стиль тепло-синього кольору, де все підібрано ідеально. За цю двохкімнатну квартиру на місяць Алаа (так його звали) платив 2500€. Краще не переводьте в гривні. Ми були там 5 ночей.

Про напарників у подорожі

Зазвичай я мандрую з хлопцем. Повірте, ніяка подружка, якою золотою б вона не була, не допоможе нести сумку. Дійсно, з перевіреними роками хлопцем подорожувати легко. Та цього року я таки поїхала вперше з подругою. Вона ще взагалі не була за кордоном, але вміла класти вогнище. Пластунка. І це важливо, бо вона нормально сприймала первіснообщинний лад і була стресостійкою. Хоч ми з нею і не можемо довго бути в одному приміщенні, та наша подорож була просто феєричною. Ми автостопом проїхали близько 300 кілометрів,

ночували у трьох різних хостів, закохали в себе тих хостів, слухали серенади та пили кожного разу інше вино. А містечко Таорміна вразило нас глибоко.

Я маю невеликий креш-тест людей, яких беру з собою:

- розуміти, що людина очікує. Якщо це апартаменти, 10 суkenок з собою і легенькі прогуляночки в центрі — то це точно ні.
- Якщо це такого формату поїздки як в мене, просто запитати, що людина візьме з собою: валізу чи наплічник? Все.
- Стресостійкість.
- Найголовніше — не брати людей з панікою чи страхом.
- Спільні цінності.
- Бажано, щоб це була людина без ниття та гніву, бо вся подорож може зіпсуватись.

І ще у подорожі ти побачиш людину повністю з іншого боку — справжнього. Подумай, чи хочеш цього.

Про подорожі та карантин

До карантину у мене було море планів. І щось би з цього точно вибрала:

- З другом везти людей в Доломіти (Італія);
- Поїхати в Азербайджан;
- Поїхати на Кіпр;
- Поїхати в Бодрум, Туреччина.

Влітку так само придумала собі щось, а восени мала бути велика подорож в Азію на 3 місяці. Тепер дивлюсь раціонально і розумію, що напевно все літо працюватиму, і дай Боже, аби ще робота була. Я екскурсоводиня Карпатами, і там теж мандрую щодня.

Netflix and Chill

Ми впевнені, що це було твоєю давньою мрією. Закинути всі справи та цілодобово дивитися улюблені серіали. Під час карантину нарешті з'явився шанс її реалізувати. Як не заплутатися у величезній

кількості серіалів і обрати саме той, за яким можна провести кілька вечорів, розповідаємо у нашому огляді.

«Вреши́т реши́т люди розчаровують. Правда ж?»

Американський драматичний серіал «ТІ» завдяки своїй загадковості та заплутаному сюжету швидко завоював прихильність глядачів стрімінгового сервісу. У центрі сюжету – менеджер книжкового магазину Джо Голдберг та письменниця Джиневра Бек. На що готові ви заради кохання? Герой цієї стрічки готовий на все. Однак коли кохання переростає в одержимість, воно здатне нашкодити. Закохані варті йти через будь-які перепони на шляху до щастя, навіть якщо ці перепони – людські життя та долі. Серіал ідеально підійде для фанатів Netflix, які звикли дивитися епізод за епізодом, адже гострий сюжет не дозволить вам відірватися ні на секунду.

«Любов — це не широкі жести й не місяць із зірками. Це просто удача»

«Статеве виховання» порушує головні проблеми підлітків та молодих людей, про які зазвичай заборонено говорити. Герої серіалу відчувають на собі всі проблеми перехідного віку: перше кохання, перших сексуальний досвід, знуцання, усвідомлення власної гомо сексуальності. Не зважаючи на привабливе для масового глядача назву, торішній успіх «Статевого виховання» став стихійним явищем — новина про те, що перший сезон переглянуло понад 40 мільйонів акаунтів за перший тиждень релізу, одночасно викликала подив і радість. За кілька епізодів другий сезон довів, що глядацька любов була абсолютно заслуженою, тому що «Статеве виховання» - не просто народний хіт, а, можливо, найактуальніше висвітлення проблем підлітків на телеекранах.

«Ми всі помremo – це головна умова життя»

Історія головної монаршої родини світу повна загадок та секретів. Панівна династія Віндзорів приховує чимало скелетів у шафі. Королева Єлизавета у досить молодому віці після смерті батька сходить на престол. Зради, підступність, війна та епідемії стають на шляху молодій монархині. Як зберегти родинну, як не порушити сімейні багатовікові традиції та зберегти імперію. Серіал отримав високу оцінку критиків, адже у ньому розповіли про табуйовані у королівській родині теми: роман сестри королеви з одруженим чоловіком, зрада принца Філіппа. У ньому розповідають про всі тонкощі життя королеви Єлизавети II, починаючи від весілля і до сучасності.

Вітаємо! Вас прийнято!

Хто такий HR та як успішно пройти співбесіду

Карантин змінив життя багатьох людей. Світова криза, спричинена впливом коронавірусу змусила представників малого та середнього бізнесу змінити підходи до роботи, оптимізувати працю, а деяким підприємствам довелося навіть скоротити свій штат. Велика кількість українців залишилися без роботи. Ми поговорили з Катериною Шелдагаєвою – фахівцем у сфері HR, засновником рекрутингової компанії «Kagency», співорганізаторка конференції «IT Connection» про вдалі співбесіди, вимоги до кандидатів та кар'єрний розвиток.

DG: Чим займається HR?

Катерина Шелдагаєва: Human resources - HR, означає «людські ресурси». Це людина, яку перш за все наймають для розвитку бізнесу. Сфера діяльності HR обертається навколо того факту, що люди — це цінний ресурс, і їх необхідно залучити й утримувати задля досягнення цілей компанії.

DG: Тобто, це інша назва працівника відділу кадрів?

К.Ш.: Існує відмінність HR-фахівця від співробітника відділу кадрів. Другий займається переважно паперовою роботою. Це прийняття на роботу, відпустки й відгули, лікарняні, догани та звільнення. Можна сказати, що один зі співробітників відділу кадрів проводить первинну співбесіду з кандидатом на вакантну посаду, перш ніж відправити його до директора служби. Але ніякими іншими питаннями співробітники цього підрозділу не займаються.

DG: Які компетенції мають бути характерними для HR?

К.Ш.: Менеджер HR працює в більш вузькій сфері, адже саме від нього залежать кваліфікація і якість роботи фахівців підприємства. В першу чергу, він — психолог, який бачить потрібних людей, відстоює їх в очах керівника, якщо є така необхідність. Однак він має бути здатним вчасно знайти їм адекватну заміну. Також на ньому відповідальність за оцінку, атестацію, мотивацію та адаптацію співробітників.

Найважчою вважається саме робота з людьми. Залучити потрібну людину, зацікавити її роботою, мотивувати, залучити в процес так, щоб вона стала потрібним гвинтиком в машині підприємства, — ось в чому полягає робота HR-менеджера. І освіта психолога тут не має значення, бо ним швидше треба народитися.

DG: В системі HR-фахівців є певна ієрархія?

К.Ш.: В IT-сфері можна нарахувати 14 HR-професій. До них відносять такі: Інспектор з кадрів, HR-менеджер, Recruiter, Рекрутер-researcher, Career Adviser, People Partner, Training Manager, Business Partner, MarHR, HR Generalist, HR-Director, Head Hunter, Employer Brand Manager, Event-manager.

DG: З яких етапів сьогодні складається прийняття на роботу?

К.Ш.: В ІТ-компанії найчастіше етапи прийняття такі: а) розгляд резюме потенційного кандидата; б) первинне інтерв'ю (зазвичай 10-30 хвилин), під час якого уточнюється вся необхідна інформація; в) HR-інтерв'ю; г) технічне інтерв'ю, яке проводить технічний експерт; д) можливо тестове завдання; е) складання job offer letter, якщо компанія готова прийняти на роботу і прийняття чи відмова його з боку кандидата; ж) вихід на роботу кандидата, де вже його знайомлять з планами компанії та вводять безпосередньо в курс справ.

Не в ІТ-компанії стандартна процедура оформлення працівника в штат роботодавця часто включає наступні етапи:

Перший: працівник пише заяву про прийняття на роботу, вказуючи детальну інформацію. Заява передається конкретній особі, яка відповідає за приймання співробітників в штат, візується. У ній має бути вказаний точний оклад і дата, яка вважається початком трудової діяльності. Підписана заява передається до відділу кадрів разом з необхідними документами для працевлаштування.

Другий: працівник знайомиться з внутрішнім трудовим розпорядком компанії і його правилами, підписує різну канцелярію.

Третій: роботодавець укладає з працівником трудовий договір, який в кінцевому результаті підписується і роботодавцем, і працівником. Якщо працівник порушив свої обов'язки, не підписуючи трудовий договір, то він вважається підписаним автоматично.

Четвертий: створюється наказ про працевлаштування, з яким знайомиться, безпосередньо, працівник і свою згоду підтверджує підписом.

П'ятий етап: здійснюється запис в трудовій книжці протягом семи днів після ознайомлення працівника з наказом. Пройшовши зазначені етапи, працівник вважається зарахованим до штату.

DG: Сьогодні вам доводиться переживати переважно з молоддю?

К.Ш.: Переважно, але дивлячись, хто входить до цього визначення. Я б віднесла людей до 45-50 років, але в основному працюю з людьми до 40 років.

DG: Старше покоління відрізняється підходами до пошуку роботи від молодшого?

К.Ш.: Зважаючи на те, що моя діяльність переважає у сфері ІТ, то практично не відрізняються. Старше покоління рідко здійснює пошук роботи у цій професії, а якщо і шукає, то не підходить під вимоги технологій компанії, бо ІТ-сфера розвивається дуже швидко.

Якщо говорити про досвід не в ІТ, то можу сказати так: розвиток бізнесу вимагає від фахівця насамперед ділового спілкування, концентрації уваги на ділі, швидкості та конкретики. Старше покоління більше фокусує увагу на людському ставленні, а це уповільнює розвиток бізнесу.

DG: Популярною є думка, що мілленіали — покоління фрілансерів. Згодні з ним?

К.Ш.: Я б сказала підприємців і творчих людей. Але якщо говорити про роботу з чітким графіком, то це їм не підійде. Рутинна їм з'їдає. Швидше вони погодяться на гнучкий графік, віддалену роботу в компанії або фріланс.

DG: На які якості звертаєте під час співбесіди ви?

К.Ш.: Відповідальність, пунктуальність, «живий розум», стабільність психіки та бажання розвиватися. Далі, все залежить від посади та досвіду. Якщо спочатку поставлено правильні цілі й людина до них йде, то вона обов'язково досягне успіху.

DG: Чи володіють цими якостями мілленіали?

К.Ш.: Мілленіали дуже талановиті, швидко справляються з великим обсягом інформації, але чим раніше мілленіал зрозуміє, що настав час дорослішати, тим краще як для нього, так і для його батьків. Кожен індивід хоче досягти вершин, довести всім і в першу чергу собі, що він чогось вартий, але успіху досягають лише одиниці. Більшість мілленіалів все-таки буде розчавлені чинною системою, щоденною рутинною і безглуздою ієрархією.

DG: Які недоліки в роботі мають мілленіали?

К.Ш.: Я вважаю, що немає поганих або хороших людей, просто кожен повинен знаходитися на своєму місці. А так повернуся до пункту «Відповідальність, пунктуальність, живий розум, стабільність психіки і бажання розвиватися». Якщо їх немає, то можу вважати це великим недоліком.

Чи готові українські школи до нового формату освіти (Opinion)

Ще одним викликом карантину стало дистанційне навчання. Традиційний навчальний процес у країні зупинили 12 березня, з того часу школярі навчаються онлайн. Такий підхід до освіти змусив усіх задуматися над тим, чи не настав час змінювати підходи до навчання. Ми поговорили з Оксаною Барабаши — сертифікованим викладачем Google рівень 2, тренером дистанційного курсу «Додатки Google в освітній діяльності» про те, чи готові вчителі та учні до такого навчання.

До дистанційного навчання я ставлюся досить позитивно. Учні нашого закладу освіти, їхні батьки та педагогічний колектив повністю готові до впровадження дистанційної освіти. Єдиний момент, який заважає це зробити — це відсутність нормативної бази Міністерства

освіти й науки України щодо нюансів, які виникають під час дистанційного навчання.

Звичайно, що знак дорівнює не можна поставити між дистанційним і звичайним урокам, тому що на підготовку до дистанційного уроку викладач значно більше часу, ніж на звичайний. Звичка вчителів України — проводити звичайні уроки, користаючись принципом: головне знати свій предмет, а потім вчитель, підготувавшись до уроку, має стати на 45 хвилин актором.

Під час дистанційного навчання все відбувається навпаки. Тому й оплата праці має бути значно вищою. Маючи чималий досвід роботи в дистанційному форматі, хочу сказати про те, що воно повністю демонструє проблеми сучасної освіти, оголює слабкі місця і показує, на що треба звернути увагу.

Наприклад, якщо подивитися на дистанційний урок вчителя, можна зробити дуже багато висновків. По-перше, як вчитель готується до такого уроку. По-друге, які сучасні сервіси він використовує на своєму уроці. По-третє, як він взаємодіє чи ознайомлює учнів з критеріями оцінювання, якими він користуватиметься. Оскільки ми почали у своєму закладі освіти раніше це запроваджувати, то зараз нам вдається легше координувати роботу.

Також уявімо ситуацію, що вчитель виставляє завдання, на кшталт, переглянути презентацію на 30 слайдів, переглянути відео на двадцять хвилин, а згодом відкрити підручник і виконати вправи. Навіть якщо він забезпечує взаємозв'язок і вимагає від учня фото виконаних завдань, це не є дистанційним уроком. Це просто імітація такого навчання, оскільки вчитель має розуміти, що для того щоб переглянути презентацію на 30 слайдів потрібен певний час, а ще є відео, яке треба переглянути також. У такому випадку доцільним було б дати вибір

учню. Він має сам обирати, що йому краще використати: переглянути презентацію і додатки, або відео і після цього виконати завдання.

Слід також врахувати той факт, що домашні завдання з підручників легко списати. Не варто в такому разі потім гніватися на учнів. Якщо вчитель дає завдання учням переглянути певний контент, то доцільно проводити тестування за цим матеріалом, для того щоб пересвідчитися у тому, що учень використовує його дійсно.

На мою думку, потрібно повністю змінити формат оцінювання та підхід до створення тестів. Настав час переходити на європейський формат оцінювання, тому що сьогодні ті тенденції, які використовувалися раніше, не працюють. Особливо помітно це під час дистанційного навчання.

Звісно, що головним під час дистанційного навчання є мотивація та система бонусів, які вчитель має заздалегідь розробити та повідомити про них учням.

Ви маєте забезпечити зворотний зв'язок та інформаційну взаємодію. Аналіз типових помилок, які були допущені, підкаже, на що саме треба звернути увагу, як розв'язувати такі проблеми в майбутньому.

Варто пам'ятати, що є ще такі поняття як синхронне дистанційне навчання й асинхронне. Синхронне дистанційне навчання полягає у тому, що вчитель запрошує учнів до роботи у визначений час. У такому разі він може використовувати hangouts створення такої відеозустрічі чи Meetup або Zoom.

Останній сьогодні є досить розповсюдженим, хоча він не гарантує достатній рівень безпеки, але дає можливість розв'язувати проблему інформаційної взаємодії. Асинхронне дистанційне навчання

можливе, коли учень працює у той час, який є для нього зручним. Таким чином забезпечується дистанційна освіта у нашому закладі зараз.

Ми маємо сайт дистанційного навчання, на нього усі вчителі закладу виставляють уроки. До 8:30, тобто до фактичного початку уроків, усі виставляють свої уроки. Зазвичай, звертаючи увагу на формат контенту, який вони надають, на часовий проміжок та обов'язково на критерії оцінювання. Звичайно усе це підвищує ефективність дистанційних уроків. Крім того, оперативно і досить ефективно працює як класний керівник, так і адміністрація.

Вони також мають ресурси для взаємодії. Вчитель, отримавши роботу від учня, фіксує результат його роботи у спеціальній таблиці. Адміністрація і класний керівник можуть відстежити, хто виконав завдання та які оцінки отримав. Це забезпечує оперативну роботу.

Дистанційне навчання: за і проти (*Opinion*)

Анна, студентка випускного курсу ВНЗ:

«На мою думку, дистанційне навчання показало, що студенти та учні загальноосвітніх шкіл можуть навчатися не виходячи з дому, і виконувати завдання у зручний для себе час. Підлаштовуватися під свій настрій, скажімо.

Мене повністю влаштовувало таке навчання, хоча воно не було спланованим і підготованим заздалегідь. Це було таким собі випробовуванням як для студентів, так і для викладачів. Цікавий момент — навантаження на дистанційному навчанні під час карантину було більшим, ніж завжди. Чому? Виникає декілька питань, на які не можу знайти логічної відповіді.

Дистанційне навчання — це супер. Зручно, сучасно. Але я за те, щоб відвідувати університет. Це спілкування, це рух і постійна

активність. І така форма навчання, все ж таки, повинна бути організованою і більш свідомою.»

Дар'я, викладачка коледжу:

«Зараз ми працюємо дистанційно. В основному на платформі «Classroom» від «Google». Вона досить функціональна, є багато функцій, наприклад відкладена публікація, можна прикріплювати будь-які документи. Плюс, вона забезпечує зворотний зв'язок від самих студентів. Підходить тоді, коли навчання може бути не синхронним.

Недоліки для мене полягають у тому, що у багатьох студентів немає технічної можливості для дистанційного навчання. Ця система раніше в нашому навчальному закладі не застосовувалася і тому дуже багато неточностей, як зі сторони викладачів, так і студентів. Зараз у мене дуже велике навантаження і це реально складно, враховуючи, що вдома мала дитина, яка постійно хоче уваги».

Анастасія, студентка третього курсу:

«Ми вчимося дистанційно з 16 березня. Серед плюсів особисто для мене можу виділити можливість працювати дистанційно, з'явилося більше часу на інші справи. Але є і кілька мінусів, зокрема: велика кількість завдань, набагато більше, ніж задавали в університеті. Також навчальний процес не модернізований, доводиться писати від руки величезну кількість матеріалу».

Діана, учениця 11 класу:

«Нам надсилають завдання у «viber», які ми робимо до дедлайну. Робимо фото виконаних завдань та надсилаємо на пошту. Проходять конференції в «Zoom», там ми можемо ставити питання. Є ще додаток «Google Classroom», там нам теж задають завдання і ми виконуємо там тести. Спортом ми займаємося також, знімаємо відео і надсилаємо

нашому тренерові. Подобається те, що я вдома. Це єдиний плюс, а так, краще вчитися в школі. Там нам більше пояснюють і зрозуміліше. Дистанційно задають набагато більше завдань».

ВИСНОВКИ

Практичний підхід до створення проєкту лайфстайл видання DG (Digital Generation) «Покоління діджитал» дав можливість глибоко оцінити різнобічний підхід до процесів створення продукту періодичної преси.

Аналіз ринку, ґрунтовний підхід до вивчення портрету потенційного споживача інформації зумовили визначення й уточнення цільової аудиторії, на яку було орієнтовано структуру та контент журнального видання. Під час розробки проєкту ми орієнтувалися на читача вікової категорії 18-25 років. Саме детальне дослідження аудиторії допомогло нам розробити концепцію видання.

Під час планування жанрової структури видання, ми вдалися до використання основних інформаційних та аналітичних жанрів. Важливе місце під час написання матеріалів зайняли портретне інтерв'ю, огляд, загально дослідницька стаття, опитування, сповідь. Широкого розмаїття жанрових форм вдалося досягти завдяки дотриманню основної концепції видання, яка була націлена на використання цих жанрів.

Наступним кроком реалізації проєкту стало тематичне наповнення номерів журналу. Загалом за час підготовки видання було реалізовано 4 номери, кожен яких відповідав певному тематичному наповненню. Так номер за *жовтень-листопад 2019 р.* мав провідну тему «*Start Up*». Усі матеріали випуску були наповнені відповідно до тематики номера – кар'єрний шлях, успіхи та починання, саморозвиток героїв. Номер за *грудень 2019 р. – січень 2020 р.*, який вийшов під назвою «*Insta Life*» орієнтовано на тематику користування соціальними мережами, всі матеріали допомогли ширше розкрити її. У випуску «*Life Style*», який охопив часовий проміжок *лютий-березень 2020 р.*, ми висвітлили головні тенденції сучасного життя, які в сукупності допомогли висвітлити головну думку цього номера та стосувалися безпосередньо провідній темі лайфстайл видання. Кінцевий випуск

«*Alone Together*» охопив злободенну інформацію щодо життя в умовах карантинного режиму.

Під час написання матеріалів ми користувалися головними методами журналістської творчості, зокрема, робота з документами дозволила ширше розкрити теми аналітичних матеріалів. Спостереження використовували під час пошуку та розвитку тем, створення матеріалів у жанрі огляд. Інтерв'ю як метод став основою для написання інтерв'ю, сповідей.

Під час вибору тем та героїв ми послуговувалися суспільним інтересом, актуальністю порушуваних проблем та можливістю їх реалізації у текстовій формі.

У 4 випусках журналу нам вдалося реалізувати 24 матеріали різних жанрових форм, які пройшли етап редагування.

Нами був розроблений авторський дизайн журналу. У процесі верстки журналу використовувалися основні параметри журналу. Логотип, кольорове оформлення, шрифт та візуальне оздоблення повністю відповідали концепції видання. Основними принципами дизайну стали простота, лаконічність, відсутність зайвих елементів дизайну та мультимедіа.

Підбір візуальних засобів ми здійснювали двома шляхами. Перший – пошук фотоелементів, які б допомогли асоціативно наштотувати читача та доповнити порушвану проблему матеріалу. Їх пошук ми здійснювали на просторах мережі Інтернет. Другий – використання авторських фото героїв матеріалу, або фото із соціальних мереж. Розміщення цих засобів візуального зображення здійснено виключно зі згодою та без порушень авторського права.

Для створення макету журналу ми використовували програмні засоби компанії «Adobe». Ключовими стали додатки «Adobe InDesign» та «Adobe Photoshop». У першому ми виконували технічне оформлення матеріалів, формували макет видання. Журнал виконано на 6

друкованих аркушах. Повні макети збережено у форматі .pdf та розміщено на онлайн ресурсі «ISSUU» для подальшого ознайомлення читачами.

Застосований підхід до створення проєкту видання у цілому відповів основним етапам створення редакції видання. Він забезпечив всебічний розгляд такого видавничого процесу, як створення власного журналу, і сприяв вдосконаленню журналістських, продюсерських та видавничих компетенцій. Ми пройшли усі стадії журналістської творчості: від виникнення задуму до реалізації проєкту та його візуалізації.

Створення проєкту видання – тривалий процес, який вимагає роботи великого колективу. В умовах суцільної діджиталізації втілення ідеї стало можливим, адже, маючи ґрунтовні знання з теорії та методики журналістської творчості, навичок редагування, орієнтуючись в основних тенденціях сучасного ринку преси та основних суспільних явищах і проблемах, можна досягти реалізації поставлених завдань і створити якісне журнальне видання.