

де дружба та командна робота не ідентифікуються як цінності. Для підтвердження позиції, висловленої Его, використано образ Кіри Рьоске, який уособлює ідею пріоритету командної роботи над вміннями окремого виконавця. За сюжетом твору, саме він був першим гравцем, який вибув з проєкту. Слід підкреслити, що причиною невдачі Кіри стали дії Ісагі — єдиного учасника експерименту, з яким він намагався налагодити приятельські стосунки.

Водночас «Синя в'язниця», так само, як і інші сьонен-аніме та манга, підкреслюють значущість самовдосконалення та самореалізації. Ісагі репрезентує архетип героя-аутсайдера сьонену. Його ігрові навички характеризуються іншими персонажами твору як посередні. Однак розвинені аналітичні здібності та наполегливість дозволяють йому постійно підвищувати власний рівень гри й затьмарювати на полі більш талановитих гравців. Стрімкий прогрес протагоніста змушує інших футболістів «Синьої в'язниці» так само працювати над покращенням власних вмінь та опануванням нових навичок. Ця обставина також підкреслює перевагу цінностей саморозвитку і самовдосконалення над вродженим талантом, який уособлюють такі персонажі, як Кіра Рьоске, Шоеї Баро та Ітоші Рін. Проте розвиток гравців не вважається самоціллю.

Семіотичний простір «Синьої в'язниці» — ієрархічне середовище, де статус кожного футболіста визначається виключно індивідуальними показниками під час матчів. Усі учасники проєкту виховуються в умовах постійної конкуренції, де відсутність індивідуального прогресу гарантує виліт з «Синьої в'язниці» і, як наслідок, — втрату будь-яких шансів на потрапляння до збірної Японії. У зв'язку з цим, розвиток кожного футболіста спрямований, в першу чергу, на підвищення його власного статусу в ієрархії нападників «Синьої в'язниці». Тому на перший план висувається не команда, а яскрава індивідуальність, поєднана з ефективністю під час змагань. Отже, стимулювання саморозвитку шляхом жорсткої конкуренції покликане сприяти максимальній реалізації футбольного потенціалу одного з гравців.

Таким чином, аксіологічний базис аніме «Синя в'язниця» формується навколо ідеї досягнення індивідуального успіху за допомогою неперервного самовдосконалення та наполегливої праці. Вибудовування ціннісного поля твору на засадах пріоритету індивідуалізму над традиційним японським колективізмом слугує культурним маркером змін не лише концепції сьонен-аніме, а й світогляду японців. За допомогою апеляцій до футбольної тематики, автор висуває на перший план ідею видатної та впевненої в собі особистості, здатної втілити реальні футбольні амбіції Японії.

К. В. Мартюхіна

ЦИФРОВІ ІНТЕРАКТИВНІ ПРОЄКТИ В ЖУРНАЛІСТИЦІ

К. Martiukhina

DIGITAL INTERACTIVE PROJECTS IN JOURNALISM

З розвитком цифрових технологій у журналістиці виникає більше можливостей перетворити споживання новин на динамічний досвід, який оснований на безпосередній участі читачької аудиторії. Це інноваційні методи сторітелінгу, які залучають

аудиторію за допомогою мультимедіа, візуалізації даних та інтерактивних елементів. Основними типами і прикладами цифрової інтерактивної журналістики є:

1. Візуалізація даних та пояснення — представляють складні дані за допомогою інтерактивних діаграм, карт та інфографіки.
2. Імерсивна та VR-журналістика — використовує віртуальну реальність (VR) або 360-градусне відео, щоб «перенести» глядачів в історію.
3. Інтерактивні часові діаграми та карти — дозволяють користувачам досліджувати історичні події або географічні дані.
4. Участь аудиторії та гейміфікація — залучення користувачів за допомогою вікторин, опитувань, тощо. Деякі проекти використовують вікторини, симуляції та ігри, щоб дозволити користувачам «відчути» історію.

Таким чином, цифрова інтерактивна журналістика відіграє важливу роль. Вона:

- підвищує залученість: заохочує читачів взаємодіяти, а не пасивно споживати контент;
- покращує розуміння: складні питання стають більш доступними завдяки візуальній подачі інформації;
- створює емоційний зв'язок: занурення в атмосферу допомагають історіям бути більш переконливими;
- сприяє поширенню: унікальний інтерактивний досвід з більшою ймовірністю буде поширений аудиторію в соцмережах.

Наступні приклади журналістських проектів продемонструють, як використання інтерактивних методів сприяють глибшому залученню та отриманню досвіду.

«Переселенці (The Displaced)» — це проект The New York Times, створений у 2015 р., який використовував віртуальну реальність (VR), щоб розповісти історії дітей-біженців, змушених покинути свої домівки через війну та конфлікти. Це був один із перших великих журналістських проектів, який встановив новий стандарт інтерактивного сторітелінгу. Використовуючи 360-градусне VR-відео, проект дозволив глядачам зануритися в життя цих дітей, побачивши їхню боротьбу та стійкість на власні очі.

«Цензурований плейлист (Censored Playlist)» — це проект організації «Репортери без кордонів», яка використала музичну платформу Spotify для вирішення проблеми подолання цензури в країнах, де свобода преси обмежена. У спільному проекті Spotify та «Репортери без кордонів» перетворили заборонені статті на музичні плейлисти, використовуючи замасковані під пісні дикторські тексти. Ці треки містили читання статей від журналістів, яких змушували замовкнути або переслідували. Мета полягала в тому, щоб дозволити людям у країнах з авторитарним режимом отримати доступ до замовчуваної інформації через платформу Spotify, яка в тих країнах не була заборонена.

Проект «Украдені скарби» — це журналістське розслідування від платформи Texty.org.ua, яке виявило близько 110 тисяч археологічних знахідок з України в онлайн-колекціях двох російських музеїв: Ермітажу та Державного історичного музею Росії. Журналісти також проаналізували методи, які російські музеї використовували для приховування найцінніших об'єктів. Серед виявлених артефактів є як звичайні фрагменти давньої кераміки та знарядь праці, так і справжні коштовності із золота та дорогоцінних каменів. Розслідування було опубліковане у вигляді інтерактивної статті із супровідними візуальними матеріалами та картами, що висвітлювали виявлені артефакти.

Таким чином, цифрові інтерактивні проекти в журналістиці свідчать про трансформаційні зміни в тому, як споживаються та подаються новини. Завдяки мультимедійному сторітелінгу, візуалізації даних та досвіду, орієнтованому на аудиторію, ці інновації підвищують рівень залученості та пропонують глибше розуміння новин. Інтерактивні формати надають аудиторії можливість активно досліджувати історії, сприяючи формуванню більш поінформованої та критичної громадськості. Потенціал цифрових інтерактивних проектів величезний. Вони об'єднують більш спільні, персоналізовані та захоплюючі відносини між журналістами та аудиторією, допомагаючи журналістиці розвиватися в цифрову епоху.

В. О. Мартишкіна

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКИ В СОЦІАЛЬНІЙ АДАПТАЦІЇ МІГРАНТІВ: НА ПРИКЛАДІ ВИСВІТЛЕННЯ ЕМІГРАЦІЇ УКРАЇНЦІВ ДО ПОЛЬЩІ

V. Martyshkina

THE ROLE OF INTERNET JOURNALISM IN THE SOCIAL ADAPTATION OF MIGRANTS: ON THE EXAMPLE OF COVERAGE OF EMIGRATION OF UKRAINIANS TO POLAND

Адаптація мігрантів на новому місці завжди є складним процесом, оскільки вона пов'язана з подоланням мовного бар'єру, пошуком роботи, інтеграцією в нове суспільство та збереженням власної культурної ідентичності. Важливу роль у цьому процесі відіграє інтернет-журналістка, котра в цілому позитивно впливає на адаптацію мігрантів, але при цьому перед нею постають певні виклики. Позитивний вплив зокрема виявляється в декількох аспектах.

1. Онлайн-ЗМІ надають доступ до актуальної інформації про життя, роботу, освіту та інтеграційні програми українців у Польщі. Основними темами публікацій щодо висвітлення міграції з України до Польщі в онлайн-медіа є легалізація перебування, працевлаштування, житло, соціальна інтеграція та культурні аспекти.

2. Онлайн-медіа сприяють формуванню спільнот, які підтримують новоприбулих через обмін досвідом та порадами. Особлива роль у цьому належить спеціальним платформам, які допомагають мігрантам інтегруватися, онлайн-виданням польсько-українською мовою, тематичним блогам та каналам на YouTube. У процесі дослідження встановлено, що такими є:

- портал «Я в Польщі» — найбільша соціальна мережа для українців у Польщі, де можна знайти свіжі новини про життя в країні, а також познайомитися з іншими українцями;
- блог «Українці в Польщі», який пропонує поради щодо роботи, освіти та життя в Польщі, включаючи кар'єрні можливості, туристичні рекомендації та медичні інсайти;
- «Щоденники українців» — антологія малої прози українських мігрантів, видана в Познані, де автори діляться своїм досвідом адаптації до нової країни, пошуку роботи та відкриттів у польському суспільстві;
- блог «Поради від українського блогера» від Дениса Лук'янова, українським блогера, який ділиться своїм досвідом життя в Польщі та надає рекомендації щодо підготовки до переїзду та адаптації в новій країні.

Важливим внеском цих медіа є включення історій успішного досвіду адаптації, які слугують мотивацією та корисними порадами для тих, хто планує мігрувати