

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

ЗЕЛЕНЕЦЬКА АНТОНІНА АНАТОЛІВНА

**МАСМЕДІЙНИЙ ПРОЄКТ ПРО БЕЗПРИТУЛЬНИХ ТВАРИН:
ВИРАЖАЛЬНО-ЗОБРАЖАЛЬНИЙ АСПЕКТ
(ТВОРЧА РОБОТА)**

Дипломна робота на здобуття освітнього рівня бакалавр

Галузь знань: 06 – «Журналістика»

Спеціальність: 061 – «Журналістика»

Спеціалізація: 061 – «Журналістика»

Науковий керівник:
канд. наук із соц. ком., доц.
Наталія ТОЛОЧКО

Ужгород – 2022

Реєстрація № _____

«_____» _____ 2022 р.

/підпис /
журналістики/

/викладач кафедри

Дипломна робота допущена до захисту

Керівник наукової роботи

/підпис/ /прізвище, ініціали/ /науковий ступінь, вчене звання/

Завідувач кафедри журналістики

/підпис/ Євген СОЛОМІН канд. наук із соц. ком., доц.
/прізвище, ініціали/ /науковий ступінь, вчене звання/

«_____» _____ 2022 р.

Рецензент _____

/підпис/

/прізвище, ініціали/ /науковий ступінь, вчене звання/

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I. РОЛЬ ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ У ВИСВІТЛЕННІ СУСПІЛЬНО ВАЖЛИВИХ ПРОБЛЕМ.....	7
1.1. Складові медіапроєкту на соціально важливу проблематику.....	
1.2. Типологія жанрів фотожурналістики	
РОЗДІЛ II. СТВОРЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ЧАСТИНИ МЕДІАПРОЄКТУ ПРО БЕЗПРИТУЛЬНИХ ТВАРИН.....	15
2.1. Особливості підготовки матеріалів для сайту відділення журналістики та фотокниги «Беззахисні».....	
2.2. Розробка дизайну сторінки «Respect.love_ua» у соціальній мережі «Інстаграм».....	
ВИСНОВКИ.....	18
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	19
ДОДАТКИ.....	21

ВСТУП

Проблема безпритульних тварин упродовж багатьох років була й залишається актуальною для міст і сіл України через збільшення кількості чотирилапих, випадки жорстокого поводження з ними, прояви агресії до людей тощо. З початком повномасштабної війни погіршилося становище братів наших менших, багатьох із них не змогли вивезти волонтери, а декого залишили самі ж господарі. Тому під час воєнного стану та в мирний період зростає потреба поширення інформації про безпритульних тварин, волонтерську діяльність, притулки для утримання братів наших менших із метою допомоги і захисту.

Актуальність творчої роботи зумовлена становищем безпритульних тварин в Україні і потребою всебічного інформування про їхні проблеми. Випадки жорстокої поведінки з тваринами, свідомого вбивства братів наших менших підтверджують, що тема захисту, дбайливого ставлення є важливою, а популяризація зоозахисної тематики за допомогою фотожурналістики – малодослідженою. Використання при цьому ефективних медіаканалів сприятиме приверненню уваги, допоможе вихованню, підвищенню культури, розвитку волонтерського руху та загалом утвердженню України як правової і демократичної європейської держави. Оскільки в онлайн-виданнях і соціальних мережах найбільш оперативно поширюється інформація, зокрема серед молоді, орієнтуємося на ці платформи як основні медіаканали. Поєднання тексту із якісними, актуальними зображеннями підвищує вплив на аудиторію завдяки емоційності, доказовості, та допомагає швидше досягти цілей медіaproєкту.

Теоретичну основу дослідження становлять праці українських та зарубіжних науковців, навчально-методичні посібники із фотожурналістики М. Балаклицького [1], В. Гридчиної [5],

М. Кобірузамана [11]. З метою вивчення принципів сприйняття візуальної складової в медіа послуговуємося розвідкою Н. Череповської [21], звертаємося до пояснення традиційних методів впливу на аудиторію, описані А. Рябчиком [16]. Для кращого осмислення жанрів фотожурналістики, методики написання матеріалів використовуємо праці з теорії і практики журналістської творчості І. Михайлина [13], В. Здоровеги [9]. Окрім того, звертаємо увагу на зоозахисну проблематику періоду незалежної України, що висвітлена у розвідці О. Кравченка [12], а також ознайомлюємося з етапами реалізації соціального проєкту, які описує В. Дорош [6]. Важливими для вивчення ефективних інструментів донесення ідеї до аудиторії у соціальних мережах були праці дослідників О. Чекмишева [20], К. Долженкової [7], М. Сущука [18], Д. Поперечної [15] та ін.

Об'єктом дослідження є висвітлення проблематики безпритульних тварин у традиційних і новітніх медіа.

Предметом є візуальні особливості публікацій про безпритульних тварин.

Мета – створити журналістський проєкт про безпритульних тварин, в якому засобами журналістики, фотомистецтва, блогерства привернути увагу до чотирилапих та переконати, що кожна тварина заслуговує на увагу й турботу, тому неприпустиме жорстоке поводження з нашими молодшими братами.

Реалізація мети передбачає виконання таких **завдань**:

- сформулювати теоретичне наукове підґрунтя дослідження, визначити найбільш ефективний інструментарій;
- обрати теми матеріалів, з'ясувати актуальні проблеми чотирилапих;
- зробити фотографії, провести інтерв'ю з волонтерами притулків, власниками тварин;

- опрацювати фотографії за допомогою спеціальних програм, підготувати матеріали та опублікувати їх на сайті відділення журналістики;
- розробити візуальну частину сторінки проєкту в соціальній мережі «Інстаграм»;
- підготувати фотокнигу за результатами проєкту;
- узагальнити результати дослідження.

Методи дослідження. Проблема, яка розглядається в бакалаврському дослідженні, є багатоаспектною. Основними є такі три аспекти: журналістичнознавчий, медіалінгвістичний та науковий. Для створення журналістського проєкту про проблеми безпритульних тварин у традиційних і новітніх медіа звертаємося до різних методів. Використовуємо емпіричні методи – спостереження, опис; загальнологічні – синтез, аналіз, порівняння, узагальнення. З-поміж соціологічних методів для збору інформації послуговуємося методами опитування, інтерв'ю.

Практичне значення результатів дослідження полягає у спробі висвітлення актуальної соціальної проблеми в онлайн-виданні, соціальній мережі та у фотокнизі. Крім того, реалізований проєкт не обмежений часовими рамками, може мати продовження та допомагає вирішити проблему безпритульних тварин в Україні.

Структура роботи складається зі вступу, двох розділів із підрозділами, проєктної роботи на сайті у відділення журналістики, у соціальній мережі «Інстаграм» та фотокниги. У першому розділі з'ясовано особливості фотожурналістики, її жанри та методи впливу на аудиторію. У другому розділі уміщено докладний опис етапів виконання проєктної роботи. У висновках узагальнено результати дослідження та передбачено майбутній розвиток проєкту. Скриншоти матеріалів, створених у межах медіапроєкту, представлено у додатках. Фотокнигу додаємо до пояснювальної записки.

РОЗДІЛ І. РОЛЬ ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ У ВИСВІТЛЕННІ СУСПІЛЬНО ВАЖЛИВИХ ПРОБЛЕМ

За даними всеукраїнського реєстру муніципалітетів з безпритульними тваринами, кількість чотирилапих щороку зростає. Так, у криворізькому притулку «Центр поводження з тваринами» у 2021 р. було 3645 безпритульних тварин, а в 2022 р. стало 5190. У київському притулку для «Сіріус» було 3034 у 2021р., зараз – 3092. У луцькому притулку «КП Ласка» проживало 730 тварин у 2021р., а в 2022 цифра зросла до 1860. У чернігівському «КП «Ветеринарно-стерилізаційний центр "Крок до тварин" Чернігівської міської ради» було 904 у 2021 р., а в 2022 стало 2694 [3]. Зі збільшенням кількості безпритульних тварин у мирний період та погіршенням їхнього становища в умовах війни виникає потреба інформування про проблеми чотирилапих, виховання культури, дбайливого ставлення до братів наших менших, активізації зоозахисного руху в Україні.

Значний поступ у справі захисту тварин відбувся в 2006 році, коли було ухвалено відповідний законопроект – «Про захист тварин від жорстокого поводження» [10]. Передували цьому жорстокі випадки догхантерства, суть якого полягає у знищенні безпритульних собак жорстокими методами, поширенні фото-, відеоматеріалів зі знущаннями. Перший такий випадок зареєстрований у 2011 році у Дніпропетровську, коли представник руху вбив 50 бродячих собак [8]. Після цього було ще кілька резонансних випадків у Києві: дев'ятнадцятирічного киянина за знущання та вбивство більше сотні собак [4]. Утім найбільший резонанс викликала справа догхантера Святогора, який, за інформацією зоозахисників, позбавив життя понад 500 живих істот [9]. У 2021 р. догхантерство знову активізувалося у столиці [22], попри функціонування там багатьох зоозахисних організацій. У 2022-му році до згаданих

проблем, які погіршують ситуацію з безпритульними тваринами, додалася ще й повномасштабна війна.

Причини негативного ставлення до вуличних чотирилапих відомі: зростання ризику сказу; поширення паразитів; напади на людей. Ситуація, безумовно, потребує вирішення, утім винятково гуманним шляхом. Для того, щоб запобігти збільшенню кількості тварин, необхідні соціальні проєкти, спрямовані на захист братів наших менших та популяризацію дбайливого ставлення до них.

Зазначимо, що в Законі України «Про захист тварин від жорстокого поводження» [10] «безпритульними» називають «домашніх тварин, що залишилися без догляду людини або утворили напіввільні угруповання, здатні розмножуватися поза контролем людини». Під час виконання медіапроєкту послуговуємося лексемою «безпритульний» у значенні «позбавлений догляду, сімейної опіки», оскільки розповідаємо, фотографуємо тварин, які живуть на вулиці, і тих, які перебувають у притулку, або які раніше були безпритульними, а зараз вже мають господарів.

1.1. Складові медіапроєкту на соціально важливу проблематику

Соціальна проблематика в медіа може втілюватися у вигляді окремих публікацій, фото-, відеосюжетів або ж серії матеріалів, що можуть бути об'єднані в цілісний медіапроєкт. У другому випадку, на нашу думку, є більше можливостей впливу на аудиторію для вирішення визначених завдань, пошуку оптимальних рішень. Ще більша ефективність досягається завдяки поєднанню різних платформ з урахуванням особливостей поширення контенту.

Згідно з визначенням дослідника О. Безпалька, «соціальне проєктування – це процес привернення уваги на певну проблематику крізь

візуальний, творчий інструментарій з метою її вирішення та стабілізації. Як правило, соціальний проєкт проходить через низку етапів створення, які вимагають певні ресурси» [2]. Відповідно, науковець виділяє такі складові соціального проєкту: 1) визначення мети; 2) пояснення проблеми (наявність ситуації, яка потребує вирішення шляхом нововведень та змін); 3) часові рамки (кожний соціальний проєкт має свій початок та закінчення, яке може бути стартом для продовження наступного етапу проєкту чи його фінішем); 4) територія (чітко визначені регіони та населені пункти, у яких проводяться проєктні заходи); 5) соціально-інституційна складова (заклади, організації, установи, в яких проводяться проєктні заходи); 6) інноваційна складова (наявність нових ідей, підходів, технологій вирішення соціальної проблеми на певному рівні); 7) ресурсна складова (фінанси, люди, обладнання тощо); 8) організаційна складова (наявність певної організаційної структури з урахуванням масштабності проєкту); 9) соціально-інформаційна складова (кожний соціальний проєкт містить компонент інформування громадськості про проєктні заходи та їх вплив на зміну ситуації) [2, с. 13].

Відповідно до визначених ознак, наш медіапроєкт про безпритульних тварин має такі характеристики:

1) мета – привернути увагу суспільства до проблем безпритульних тварин, заклик до гуманності;

2) пояснення проблеми – зростання чисельності безпритульних тварин на вулицях, покинуті тварини під час війни;

3) тривалість – проєкт необмежений у часі, а створення, активна фаза охоплює жовтень–травень 2021/2022 рр.;

4) територія – Закарпатська область, Мукачівський та Ужгородський райони;

5) соціально-інституційна складова – Мукачівське міське комунальне підприємство «Центр догляду за тваринами» (Мукачівський

район), Притулок для тварин «Барбос» (м. Ужгород); «Кожен має другий шанс» (Ужгородський район);

6) ресурсна складова – бюджет на поїздки до притулків, дзеркальна фотокамера, працівники притулків, тощо;

7) соціально-інформаційна складова – інформування громадськості за допомогою онлайн-платформ та фотокниги.

Спираючись на власний досвід роботи у громадській організації «360 Мукачево», пропонуємо класифікувати проекти соціального спрямування за різними критеріями: особливостями фінансування, локацією, терміном, потребою ресурсів. Згідно з першим критерієм, можна виокремити державні (фінансуються державними структурами); волонтерські, благодійні (ініційовані небайдужими, активними громадянами); спонсорські (підтримані меценатом чи ініціативною групою, яка готова фінансувати їх), змішані. Проект про безпритульних тварин належить до волонтерських на першому етапі реалізації, хоча припускаємо, що в подальшому він міг би бути спонсорським чи поєднувати різні варіанти підтримки.

За локацією пропонуємо класифікувати проекти на: міжнародні (працюють у багатьох країнах світу); всеукраїнські (робота проекту поширена по країні); регіональні (діяльність відбувається на території певного регіону); місцеві (на території певного міста, громади). Наш проект на початковому етапі належить до регіональних, хоча з часом можливе розширення на територію всієї держави та за її межами.

За терміном існування проекти соціального спрямування бувають: довготривалими (немає визначеного терміну, робота безперебійно); короткотривалими (короткий термін існування проекту); періодичними (одна і та ж проектна робота проводиться час від часу); експериментальними (вперше починають свою роботу, втіленні для тимчасового вивчення суспільства). Наш проект на початку є

експериментальним, а після відповідної реакції в суспільстві може трансформуватися в довготривалий.

За потребою ресурсів виділяють: матеріальні (потребують фінансування); часові (потреба виникає у великій кількості часу для втілення); інформаційні (потреба в досвіді та інформації); взаємозалежні (потреба у співпраці з іншими організаціями, особами). У цій класифікації можна також виділити змішаний тип, який поєднує в собі декілька потреб. Видові особливості проєкту визначаються його метою, аудиторією, потребами.

Отже, для нашого проєкту потрібні часові, інформаційні та взаємозалежні ресурси. Він створений упродовж жовтня–травня 2021/2022 р. і наразі триває, потребує інформаційних ресурсів – збору інформації про проблеми тварин, взаємозалежним, тобто його ефективність зростає завдяки співпраці з притулками, громадськими організаціями, лідерами думок тощо.

1.2. Типологія жанрів фотожурналістики

Фотографії привертають увагу медіаудиторії, створюють контраст, висвітлюють деталі, яких може не бути в текстовому матеріалі. Як відомо, історія фотографії як винаходу починається з виникнення «камери обскури» у 1686 році, де Йоганес Цан спроектував її. Принцип такої камери полягав в тому, що дзеркало, яке всередині розміщувалося під кутом 45 градусів, «відображало» зображення на горизонтальну, матову пластину, через яку згодом художник переносив зображення на папір. Потім звичайний отвір у камері обскури замінювали однією лінзою, що робила зображення на пластині чіткішим – саме так і виник перший об'єктив. У 1822 році винайшли спосіб закріплення зображення на пластині завдяки асфальтового лаку, який з часом назвали геліографією. У

1835 році з'явилося таке поняття як дагеротипія, що полягала в одержанні при зйомці позитивного зображення від дзеркального відображення. З появою першої фотокамери «Leica» у 1925 році, розвивалось поняття репортажної зйомки. Фотокамера була мініатюрною, легкою та зручною у використанні. А у 1927 році вийшли для них перші спалахи для зйомки в темряві [1, с. 62].

Світові війни та науково-технічні революції сприяли розвитку фотожурналістики, що є «особливою формою журналістики, яка висвітлює соціальну, побутову, громадську проблематику крізь призму візуальних елементів» [5].

До питання класифікації жанрів фотожурналістики науковці підходять із різних позицій. Утім класичним є поділ на три групи, які пояснює В. Гридчина з покликанням на попередників-журналістикознавців: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні.

До інформаційних належать 1) фотозамітка – звичайна і розширена (для неї важлива єдність тексту і фото, оскільки оперативно інформує про окремий факт дійсності); 2) фотозвинувачення (матеріал- критика окремих недоліків засобами фотографії); 3) фоторепортаж (серія фото визначеної тематики); 4) фотоанонс (повідомлення про те, що буде у вигляді фотографії, що привертає більшу увагу, ніж текст); 5) фотохроніка (передбачає, що знімки розташовані в хронологічному порядку, який важливий для розкриття деталей).

До аналітичних жанрів належать 1) фотокореспонденція (узагальнене зображення у фотографіях окремого факту, явища чи події, що стосується певної проблеми); 2) фотокоментар (набір знімків, що пояснюють певну ситуацію, показують дійових осіб); 3) фотоогляд (за допомогою фотографій демонструють відмінності чи подібності певних явищ, ситуацій, предметів).

До художньо-публіцистичних жанрів відносять: 1) фотонарис (методом фотографій і супровідного тексту розкривають особистість чи подію); 2) фотозамальовка (промовисте, естетичне зображення чи набір фотографій, що стосуються певного явища, ситуації); 3) фотожарт (усмішка, виконана за допомогою фотооб'єктива); 4) фотофейлетон (набір світлин, що висміюють та засуджують певні вади, потворні явища суспільства); 5) фотокомікс (комікс, виконаний у фото) [5].

Дослідники Бирзейтського університету виділяють такі жанри фотожурналістики: фотозйомка новин, фотоілюстрація та фоторепортаж. Фотозйомка новин є важливою в журналістиці, оскільки фотографії – це додаткове підтвердження фактів, наведених у тексті. Мета таких фотографій – відповісти на традиційні питання: що? Де? Коли? Чому? Як? Хто? Фотоілюстрації мають багато схожого з намальованим ілюстраціями і використовуються в подібному контексті. Частіше використовуються в художніх історіях, ніж у новинах. На відміну від фотозйомки новин, вони можуть бути абстрактними, не обов'язково пов'язані з місцями або людьми, про яких ідеться в тексті. Фоторепортаж – серія фотографій із місця події. Фоторепортаж має бути пов'язаний із подією, людиною або явищем у прямому сенсі, але з іншого боку, як правило, він більш ліберальний, ніж фотозйомка новин [19].

Зарубіжний дослідник М. Кобірузаман виокремлює такі жанри фотожурналістики: новинна фотожурналістика, спортивна фотожурналістика, живописна фотожурналістика та портретна фотожурналістика. Сутність новинної фотожурналістики полягає в тому, щоб швидко з'ясувати, що відбувається і вирішити, який аспект є найважливішим і правдивим. Наприклад, спортивна фотожурналістика висвітлює виключно спортивні аспекти новин. Живописна фотожурналістика, на наш погляд, є дещо дивною в класифікації, оскільки стосується тематики культури, мистецтва, а відповідні фотоматеріали

можуть належати і до групи новинної фотожурналістики, і до потретної. Портретна фотожурналістика вимагає, щоб світлини відображали емоції. Хороші портрети розкривають особистість людини, яка знаходиться в кадрі. Такий жанр викликає в аудиторії емоції і симпатію [11].

У медіапроекті про безпритульних тварин використовуємо класифікацію, наведену в методичних рекомендаціях дослідниці В. Гридчиної, до якої пропонуємо додати такі підвиди фотонарису: портретний нарис та пейзажний нарис. Перший відображає героя сюжету, матеріалу, його характер, емоції, міміку. У другому продемонстровано пейзажі, локації. Загалом послуговуємося такими жанрами фотожурналістики: фоторепортаж, фотокореспонденція, фотонарис (портретний).

Дослідниця Н. Череповська у своїй праці «Феномен візуального інформаційного простору: взаємодія людини і медіа» виокремила такі принципи візуального сприйняття: 1) принцип техногенності, що «полягає в опосередкованості візуальними медіазасобами об'єктів сприймання»; 2) принцип комунікативності – «ґрунтується на традиційному розумінні сприймання будь-якого візуального тексту (картини, скульптури, театральної вистави тощо) як специфічного «спілкування», «взаємодії», «комунікації», «діалог» між реципієнтом і самим твором»; 3) принцип психологічності, що передбачає «взаємодію людини з медіавізуальним, віртуальним світом, охоплює декілька внутрішніх планів суб'єкта-глядача, пов'язаних з візуальним медіасприйманням» [21].

Отже, щоб вплинути на людину, її підсвідомість, потрібно створити образи, які б викликали необхідну внутрішню комунікацію. При цьому не варто забувати про такі традиційних методів впливу – сугестія і маніпуляція. Перший вид означає, що людина сприймає інформацію без критичного осмислення, а вплив відбувається завдяки використанню образів, особливих словесних конструкцій чи зображень. «Сугестія

перевантажує свідомість, викликає хаотичне чергування образів» [16]. Використовуватись цей метод буде через лозунги, зображені на світлинах. Схожою до сугестії є маніпуляція – це «вид психологічного впливу, при якому майстерність маніпулятора використовується для прихованого впровадження в психіку адресата цілей, бажань, намірів, ставлень, установок, які не збігаються з тими, що є у адресата» [16].

Таким чином, за допомогою візуальної складової у журналістському проєкті можна створити образ, який буде впливати на аудиторію, а в нашому випадку – спонукати допомогти безпритульним тваринам. У процесі огляду жанрів фотожурналістики, після визначення тем матеріалів, збору інформації для реалізації проєкту обрані такі: фоторепортаж, фотокореспонденція, фотонарис. Фоторепортаж використовуємо для показу життя вуличних тварин. Фотокореспонденція допомагає розкрити проблемні ситуації, пов'язані з притулками. Фотонарис використовуємо у матеріалі про чотирилапих, які знайшли господарів, точніше, розповідаємо і про власників, і про улюбленців. Загалом в усіх матеріалах, опублікованих на сайті відділення журналістики, прагнемо привернути увагу читачів – студентів до проблем безпритульних тварин, закликати до гуманного ставлення, тому засобами фотожурналістики відображаємо драматизм, прагнемо емоційно вплинути на аудиторію.

РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ЧАСТИНИ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ПРОЄКТУ ПРО БЕЗПРИТУЛЬНИХ ТВАРИН

Для того, щоб будь-який творчий проєкт мав успіх, досягнув поставлених цілей, потрібно звернути увагу на наступні чинники: аудиторія та її вік; зміст і візуальне оформлення, що відповідає задуму; інструменти поширення інформації; правильно обраний тип контенту; доступність; ефективність.

З метою актуалізації проблем безпритульних тварин було обрано сайт відділення журналістики Ужгородського національного університету та соціальну мережу «Інстаграм», де вірогідність привернути увагу до проблеми та знайти амбітних, ініціативних однодумців – досить висока. Вибір онлайн-видання зумовлений його спрямованістю на студентів, зручним функціоналом та можливістю реалізовувати тут творчі проєкти. Платформу «Інстаграм» обрано тому, що ця соціальна мережа користується попитом серед молоді, а також є другою за популярністю в Україні, згідно з дослідженням 2022 р. [14]. Крім того, з метою об'єднання результатів проєкту, його розвитку нами підготовлено фотокнигу під назвою «Беззахисні», в якій представлено фотороботи та є можливість ознайомитися з усіма матеріалами, створеними в межах проєкту, перейшовши за кюар-кодами на сайт і сторінку в соціальній мережі.

2.1. Особливості підготовки матеріалів для сайту відділення журналістики та фотокниги «Беззахисні»

Для поширення інформації про проблеми безпритульних тварин обрано сайт відділення журналістики, де опубліковані матеріали *«Як живуть чотирилані вихованці Центру контролю за тваринами: фоторепортаж»*; *«Знайомство з “Барбосом”: фоторепортаж із*

притулку де врятували понад 600 тварин»; «Притулок, оточений сміттям: волонтери “Кожен має другий шанс” рятують сотні тварин, але головну проблему вирішити не можуть»; «Беззахисні: фотопортрети вуличних чотирилапих»; «Адріана Борисова, солістка гурту “Анця”: “Нам сказали що збираються втопити кошеня, якщо його ніхто не забере”».

У фоторепортажі *«Як живуть чотирилапі вихованці Центру контролю за тваринами: фоторепортаж»* (URL: <https://mediadep.uzhnu.edu.ua/studlab/yak-zhyvut-chotyrylapi-u-mukachivskomu-czentri-kontrolyu-za-tvarynamy-fotoreportazh/2022-04-18-3695/>) ми намагалися привернути увагу до мукачівського притулку для тварин. Він знаходиться за сім кілометрів від міста та приймає чотирилапих на перетримку. До собак там ставляться турботливо: годують кілька разів на день, роблять необхідні щеплення, обробляють від паразитів, проводять стерилізацію та регулярно виходять. Проте зараз притулок потребує будь-якої допомоги, проживає скрутні для нього часи. Фотографії нам удалося зробити за годину. Знімали на фотоапарат «Nikon D3100». Крім того, спілкувалися з працівником притулку і директором. На виконання цього матеріалу з урахуванням обробки фото, збір необхідної інформації, коригування знадобився тиждень. Обробка фотографій наближена до природних, яскравих відтінків для підкреслення атмосфери.

Під час підготовки матеріалу *«Знайомство з Барбосом: фоторепортаж із притулку де врятували понад 600 тварин»* (URL: <https://mediadep.uzhnu.edu.ua/studlab/znajomstvo-z-barbosom-fotoreportazh-iz-prytulku-de-vryatuvaly-ponad-600-tvaryn/2022-05-09-3727/>) виникли труднощі зі збором інформації. Досить багато часу було витрачено на організацію інтерв'ю, візит до притулку, через значний обсяг роботи волонтерів. У фоторепортажі, зробленому на «Nikon D3100», є досить багато загальних, середніх та крупних планів для відтворення атмосфери. Обробка також наближена до природних відтінків.

Відвідавши притулок «*Кожен має другий шанс*», ми зрозуміли, що матеріал буде проблемним. З усіх сторін чотирилапих, які проживають тут, оточує сміттєзвалище, а працівникам доводиться адаптуватися до таких умов. Ситуація потребує негайного вирішення. Волонтери цього притулку роблять дуже багато для евакуації тварин, вже врятували близько 500 чотирилапих. На нашу думку, фотокореспонденція ([URL: https://mediadep.uzhnu.edu.ua/studlab/prytulok-otochenyj-smittyam-volontery-kozhen-maye-drugyj-shans-ryatuyut-sotni-tvaryn-ale-golovnu-problemu-vyrishyty-ne-mozhut/2022-05-30-3775/](https://mediadep.uzhnu.edu.ua/studlab/prytulok-otochenyj-smittyam-volontery-kozhen-maye-drugyj-shans-ryatuyut-sotni-tvaryn-ale-golovnu-problemu-vyrishyty-ne-mozhut/2022-05-30-3775/)) може стати передумовою для проблемних матеріалів – статті чи навіть розслідування.

Зйомка фотографій для замальовки про вуличних тварин зайняла 5 годин. Попри велику кількість безпритульних тварин, зробити якісні кадри було важко: багато котів та собак бояться людей, починали тікати, коли наближалася до них.

Під час роботи над фотонарисом про солістку гурту «Анця», яка прихистила кота з вулиці, найбільше часу було витрачено на пошук контактів та збір інформації. Фотозйомка та збір інформації проводились у неї вдома, у спокійній, невимушеній атмосфері, що дало змогу поставити багато запитань й отримати бажані відповіді.

Щоб об'єднати результати візуальну й медіалінгвальну складові проєкту, нами розроблена фотокнига «Беззахисні». У ній зібрані фотографії безпритульних тварин та матеріали з сайту відділення, соціальної мережі «Інстаграм». За допомогою кьюар-кодів здійснюється швидкий перехід на платформи. Перша частина книги виконана у чорно-білих відтінках для підкреслення проблематики, обробка фото залишається у природніх відтінках. Друга частина книги – різнокольорова, для того, щоб підкреслити оптимістичність, підкреслити, що проблему можна вирішити, тварини заслуговують на турботу і любов людей. Фотокнигу верстали у програмі «Lightroom», використовували лінії

векторної графіки, та ілюстрації, які створювали у програмі «Adobe Illustrator». Персети для світлин для однакової обробки було згенеровано у програмі «Lightroom». Для першої частини використовувались пересети чорно-білих відтінків для підкреслення проблематики та створення акценту на драматизації. Для другої частини книги використані персети з такими показниками: насиченість 14, експозиція 18, барвистість 13 для емоційного впливу, підкреслення віри і надії на позитивне вирішення проблеми безпритульних тварин.

2.2. Розробка дизайну сторінки «Respect.love_ua» у соціальній мережі «Інстаграм»

У кожної соціальної мережі є власні алгоритми, зумовлені штучним інтелектом, який підлаштовується до вподобань аудиторії. Дослідниця Д. Поперечна слушно зазначає: «Тенденції у соціальних мережах швидко змінюються за рахунок релізу нових алгоритмів, зміни вектору розвитку, заяв засновника ресурсу Марка Цукерберга про діяльність його компанії та інших чинників» [15, с. 15]. Тому вивчення алгоритмів користувачами є обов'язковим для досягнення цілей проєкту.

Створена нами сторінка «*Respect.love_ua*» у соціальній мережі «Інстаграм» допомагає реалізувати мету проєкту – привернути увагу до проблем безпритульних тварин, охопити якнайширшу аудиторію, закликати до гуманного ставлення щодо братів наших менших і переконати, що кожна тварина заслуговує на турботу і любов. Тому ці слова є і в назві сторінки. Зауважимо, що контент є авторським. Всі фото відео, дописи, історії зроблені нами. З метою популяризації матеріалів із сайту відділення журналістики додаємо на сторінку в інстаграм важливі лінки, анонсуємо статті.

Як відомо, соціальна мережа «Інстаграм» пропонує мультимедійний контент та є джерелом фотографій. Тобто значну роль відіграє візуальна складова. Коли користувач заходить на будь-який акаунт, перше що він бачить: фото акаунту, короткий опис а вже потім – текст.

Для оформлення сторінки в соціальній мережі було обрано стиль «агресивний мінімалізм» – обробка у чорно-білих тонах. Завдяки такому стилю можна викликати наступні емоції у цільової аудиторії: смуток, відчуття провини, тривогу, співчуття, тощо. До зображень додано елементи растової та векторної графіки, а саме: шрифти, блоки тощо. Для кращого охоплення аудиторії, зокрема іноземної, підписи робимо двомовними – українською та англійською.

Найбільш поширені емоції у візуальній складовій контенту про безпритульних тварин – співчуття, тривога, жалість. У графічних ілюстраціях їх можна штучно викликати завдяки об'єктам векторної графіки. Утім із фотографіями ситуація інша: важливо встигнути сфотографувати емоцію та правильно підібрати палітру кольорів для обробки.

Логотип сторінки створений з урахуванням чорного, білого та сірого кольорів та уміщує ілюстроване зображення кота й собаки. Іконки для архівів соціальної мережі створено за схожим принципом. Контент інстаграм-сторінки соціального проєкту поєднав у собі чорно-білі та яскраві, барвисті відтінки. Такий контраст важливий для висвітлення усіх аспектів проблематики. Чорно-білий контент підкреслює проблему, а яскравий висвітлює позитвні аспекти.

Отже, дизайн, якісна візуальна складова є запорукою успіху нашого проєкту у соціальних мережах. Приблизно за місяць роботи сторінка має понад 600 підписників, які коментують, поширюють контент, залишають «вподобайки» до публікацій. Для додаткової активності використано можливість партнерських публікацій із волонтеркою Анастасією Малиш,

залучення лідерів думок до проєкту, наприклад, солістки гурту «Анця». Утім розвиток сторінки у перспективі зумовлює подальше вивчення алгоритмів соцмережі, оновлення дизайну, створення якісного контенту та, безумовно, збільшення аудиторії.

ВИСНОВКИ

Проблема безпритульних тварин актуалізується під час воєнного стану, оскільки багато тварин залишилися в зоні бойових дій без господарів. Зафіксовано й випадки жорстокого ставлення до братів наших менших. Утім і до війни в Україні неодноразово фіксували злочини догхантерів та виникала потреба у законодавчому регулюванні таких ситуацій, запровадженні кримінальної відповідальності за знущання над чотирилапими.

Мета медіапроєкту, що тривав упродовж жовтня–травня 2021/2011 рр. – привернути увагу до проблем безпритульних тварин засобами журналістики, фотомистецтва, блогерства, сприяти вихованню культури поведінки з чотирилапими. Для реалізації нами обрано дві медіаплатформи: сайт відділення журналістики, соціальну мережу «Інстаграм». Обидві зорієнтовані на молодь – студентську аудиторію і користувачів популярної соцмережі «Інстаграм». З метою об'єднання двох аспектів проєкту – візуального й медіалінгвального – підготували фотокнигу «Беззахисні». У ній представлено кращі фотороботи та публікації, в яких порушено соціально важливу проблематику.

Для сайту відділення журналістики ми підготували три фоторепортажі, фотокореспонденцію і фотонарис та опублікували їх у розділі «Студлаб». Для соцмережі розробили дизайн сторінки «Respect.love_ua», логотип, фотоконтент. Стиль згаданої інстаграм-сторінки – «агресивний мінімалізм», для викликання емоцій співчуття в аудиторії. Контент представлений у чорно-білих тонах – для підсилення емоцій співчуття до тварин, та яскравих, різнокольорових відтінках – для підкреслення позитивних аспектів, надії на щасливе життя чотирилапих. Схожий принцип контрасту використовується у фотокнизі «Беззахисні» з такою ж метою, але з використанням кюар-кодів на матеріали сайту

відділення журналістики, для популяції платформи і зручності прочитання матеріалів.

За час реалізації медіапроєкту ми створено майже 100 світлин, 5 матеріалів для сайту відділення журналістики, логотип, інші елементи дизайну для інстаграм-сторінки. Ефективність першого етапу проєкту підтверджують кількість переглядів публікацій (у деяких випадках понад 100 разів), кількість підписників на сторінці «Respect.love_ua» (понад 600), взаємодія з лідерами думок, волонтерами.

Візуальна складова медіапроєкту передбачає вплив на підсвідомість користувачів платформ, а фотографіями прагнемо викликати необхідні емоції співчуття до тварин. Тому під час виконання роботи ми намагалися ретельно готувати фотоматеріали, наводити важливу інформацію у текстовій частині, щоб засобами фотожурналістики, блогінгу передати атмосферу місць, де проживають тварини, відповідні емоції волонтерів та самих чотирилапих, щоб привернути увагу до зловбоденної проблеми, наголосити, що вона потребує негайного вирішення. Реалізований нами медіапроєкт, сподіваємося, допоможе пошуку господарів для тварин, спонукає до волонтерства, а також сприятиме гуманному ставленню до братів наших менших.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балаклицький М. А. Зображальна журналістика: навчальний посібник. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. 62 с.
2. Безпалько О. В. Соціальне проєктування, навчальний посібник. Київ: ВНЗ ім. Б. Грінченка, Ін-т психології та соц. педагогіки, 2010. 105 с.
3. Всеукраїнський реєстр муніципалітетів з безпритульними тваринами. URL: <http://uaaa.org.ua/uk/stats> (дата звернення: 21.01.2022).
4. Ведулу приговорили до чотирьох років позбавлення волі. BBC. URL: https://web.archive.org/web/20130216142756/http://www.bbc.co.uk/ukrainian/ukraine_in_russian/2012/06/120611_ru_s_vedula_arrest.shtml (дата звернення: 21.01.2022).
5. Гридчина В. В. Журналістський фах: фотожурналістика, методичні рекомендації. Київ: ВНЗ ім. Т. Шевченка, 2012. 90 с.
6. Дорош В. О. Соціальний проєкт як елемент реалізації корпоративної соціальної відповідальності. *Матеріали сайту Наукові конференції*. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/3157> (дата звернення: 21.01.2022).
7. Долженкова К. Особливості ефективної взаємодії соціальних мереж та українських інтернет-ЗМІ. URL: [suchasn-zhurn.pdf \(kubg.edu.ua\)](#) (дата звернення 24.02.2022)
8. Догхантери на Дніпропетровщині розкидують отруєні речовини навколо шкіл. *В горіде*. URL: <https://web.archive.org/web/20111223092217/http://dp.vgorode.ua/news/5/82308/> (дата звернення: 2.04.2022)
9. Догхантер Святогор пригрозив зоозахникам розправою: активіст показав доказ. 24 Київ. URL: https://24tv.ua/kyivnews/dohanter-svyatogor-prigroziv-zoozahisnikam-rozpravoyu-novini-kiyiv_n1743185
10. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: навч. посібник. Л.: ПАІС, 2000. 17 с.

11. Закон України: Про захист тварин від жорстокого поводження (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, № 27, ст.230). Ліга: закон.
URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T063447> (дата звернення: 10.01.2022).
12. Кравченко О. В. Зоозахисний рух як чинник трансформації соціального капіталу українського суспільства. *Культурологія*. Випуск 60. 2018. С. 281–290.
13. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
14. Медіаспоживання в Україні: зміна медіапотреб та програш російської пропаганди. *Детектор media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/196442/2022-02-15-mediaspozhyvannya-v-ukraini-zmina-mediapotreba-ta-progrash-rosiyskoi-propagandy/> (дата звернення: 22.03.2022)
15. Поперечна Д. І. Особливості функціонування Онлайн-ЗМІ в соціальній мережі Facebook. Київ: НАУ, 2020. 55 с.
16. Рябчик А. В. Методи психологічного впливу в рекламі. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6695> (дата звернення: 01.04.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.11.92
17. Соснюк О. П. Психосемантичні особливості національної та громадянської ідентичності студентської молоді / О.П. Соснюк, І. В. Остапенко. *Український психологічний журнал*. 2017. № 2. С. 164-176.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukpsj_2017_2_14 (дата звернення: 01.04.2022).
18. Суцук М. Як ЗМІ можуть використовувати Facebook в своїй роботі. *Watcher*. URL: <http://watcher.com.ua/2011/03/17/yak-zmi-mozhut-vykorystovuvaty-facebook-v-svoyiy-roboti/> (дата звернення: 22.02.2021)
19. Центр розвитку засобів масової інформації Бирзейтського університету. Медіа-

гід. URL: https://mediaguide.fi/mediaguide/wpcontent/uploads/2020/08/KVS_media_guide_web_2020.pdf (дата звернення: 22.04.2021)

20. Чекмишев О. В. Характеристики нових медіа в контексті впливу на методологію їх дослідження. *Наукові записки Інституту журналістики*. Том 41. 2010. С. 46–48

21. Череповська Н. І. Феномен візуального інформаційного простору: взаємодія людини і медіа. Київ: Міленіум, 2014.

22. Чи безпечна для тварин Україна? *День*. URL: <https://m.day.kyiv.ua/ru/article/obshchestvo/bezopasna-li-dlya-zhivotnyh-ukraina> (дата звернення: 22.02.2021)

23. Яцимірська М., Драган М. Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій). Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика, 2007. Вип. 30, С. 267–276.

24. Kobiruzzaman M. Types of Photojournalism – Different Types of Photojournalism. *News Moor – Online course platform*. URL: <https://newsmoor.com/types-of-photojournalism-different-types-of-photojournalism-in-photography/>

Притулок, оточений сміттям: волонтери «Кожен має другий шанс» рятують сотні тварин, але головну проблему вирішити не можуть

30.08.2022 Студія Наталя Толокна 0



Неподалік Жовтара, на околиці села Барвінок, розташований притулок «Кожен має другий шанс». У 34 вольєрах тут проживає понад 50 собак і більше 20 котів. Притулок заснований 5 років тому, а неподалік міста знаходиться другий рік поспіль територія притулку велика, тварини поводяться дружелюбно з гостями, намагаються повернути до себе увагу, але є проблема, яка заважає їм жити...

Неподалік розташоване сміттєзвалище, котре збільшується з кожним днем. Відходів настільки багато, що довкола притулку утворилася сміттева стіна. Під час війни призупинилось будівництво спеціального підприємства, яке



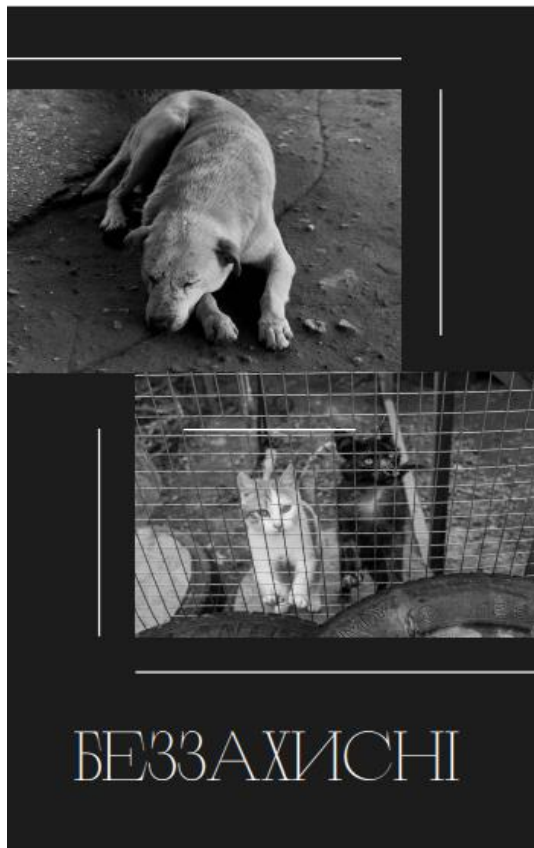
Завдяки волонтерам, які працюють тут, тварини мають можливість жити в притулку, поки не знайдуть власників. Питання про придбання в будівлі або реконструкцію притулку залишається в дорозі. Щодо обсягу вирішати проблему, але на час війни ситуація лише погіршується.



Волонтери Ірина Желва та Роман, які працюють тут, розповідають, що територія притулку була неабияк великою, тому вони не так завантажені. Після закінчення будівництва заводів, підприємств, а також продовжують збирати тварин, які потрапили в зону воєнних дій, але поки що не можуть встигати всіх.

Під час воєнного стану до притулку потрапило понад 500 тварин, а волонтери допомагають евакуювати 140 тварин в Київ, а також чекати майбутніх господарів. Щодо цього, дільний святий ризикують в притулку в інших областях України.

Додаток Б. Частини верстки фотокниги «Беззахисні»



БЕЗЗАХИСНІ

«А ТИ МЕНЕ НЕ ПОКИНЕШ?» – ДОСВІД ВЛАСНИКІВ ТВАРИН ПІД ЧАС ВІЙНИ

Війна переминула життя українців із м'яса на голови, змусила мільйони людей покинути не лише рідні домівки, але й тих, кого приручили – домашніх улюбленців.

Сторони конфлікту марно перетворюють фотографії тварин, яких люди поривають із собою, ретельно відслідковуючи, чи не в уламках воєнного стану залишилися без господарів. Ідентифікують фотографії, коли під час обстрілів у найдревніші тунелі люди приваляють на руни чотириногих, що очікували на небезпечі.

Власників тварин можна розділити на три умовні групи: ті, кому не вдалося виїхати з України, тварини, ті, що загинули від обстрілів разом із домом, і тих, хто залишився в бомбоховині та чекає, чи не повернуться господарі додому.

Тварини, яких залишили господарі, допомагають блогери, волонтери та всі інші.

В окремих областях України оперативно об'єднують всі, хто адмініструє тварин і документи. Інформація поширюється різними каналами з швидкою швидкістю. Учасники переселилися, щоб забезпечити тварин харчуванням, інші переїздили, покинули тварин в певних точках у більш безпечні. Завдячують так званій розподіленості про чотириногих, допомагають їм 90 % комерційних агентств, волонтерських організацій та інформаційних ресурсів. Катерина Бриганя, Христина Пондиченко та Анастасія Мамоні інформують про допомогу тваринам, створюють окремі чатівники-канали. Тут документи з переїздами корисних людей, контакти та навіть спеціальні проєкти для вимуштовування тварин у війну.

Лише унікальний волонтерів прилаштували понад 300 тварин і 6 %, що знайшли нових господарів у війні, де вже були домашні улюбленці. Інші – на території у дитини та надійної руки або ж у притулку «Бережи». Водночас, окремі українці беруть із собою тварин в укріплення, зважаючи на них не менше, ніж на себе. Серед них і Катерина Діва Лигу, котра дотримувалася свого собачку в самому центрі України під час обстрілів та вибухів: «Вона 2 роки, у нашій сім'ї проживає чотири роки. Так сталося, що в ніч, коли над Києвом вперше лунали сирени та надали бомби, батальйон був у Бабурі на Прикарпатті. Мене залишили ще до початку війни, одна була – майже дві години і наближалася. Розуміючи, що відлучили міжди, в цілому, що потрібно тварин до бомбоховини. Діти про те, щоб залишити собачку вдома, не бачили. Ввечері тривалий релікс, куди вилетіли сирени та воду для Лиги, натрупили дити в татуні кофину та заховали під куртку».

У селі Бомбоховині, куди вилетіли в найближчий військовий притулок, було багато тварин, як дити. Залишили всіх: від котів до рудих собак. Було для них розподілено між собою – залишило від необхідності. Навіть якщо дити не вийшли на прозоре дити, вони не були інформаційно відокремлені тварини на лідерів, ба навіть улюблених тварини були інформаційно відокремлені від господарів, залишили під кофину та куртку від страху. Це вистригало, що пережити стрес і страх тварин були важче, ніж людям. Чотириногі дити чули до вогню зовнішні фактори.

В окремих чотирьох на кордон

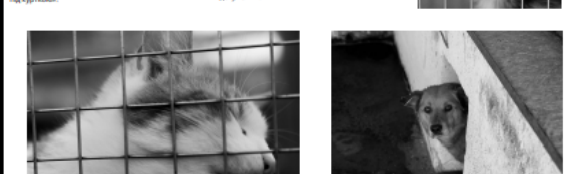
Той, хто хоч раз вийшов тварину за кордон, знає, що це непросте. Залишили для тварини вам потрібно мати не тільки ветеринарний паспорт та певні харчові цукати, а й спеціальний карт, котрий вимагає інші країни. Але якщо в першій тижні, укрившись документи, переїздили кордон без спеціальних документів, людям спростило й правила переміщення тварин. Прикладом для інших дити може бути Словаччина. Ця країна згодом дозволила вжити брати наших мейнхунд без спеціальних документів. «Відомо, що в Словаччині прийняли Словенський карт та статті 32 Регламенту (ЄС) № 576/2013 від 12 червня 2013 року про міжнародне переміщення домашніх тварин та підписання Регламенту (ЄС) № 576/2013 2013. У міжнародній лінійці постійно закривають, в Україні державні урядові ветеринари та приватні ветеринари Словенської Республіки дозволяють переміщення на території Словенської Республіки тварин-компаньйонів, які супроводжують власників. Собаки (власники) всі перебувають у супроводі таких домашніх тварин, зайнятих на території Словенської Республіки».

На ЄПП «Україна» у першій тижні війни так приїжджали тварин без документів, волонтери дозволяли їм, що вже більше 54-годин-стільки у черзі. Природничі розподіленості, що за 20 років роботи вперше спостерігали, як люди, котрі йшли до кордону понад 2 доби, втомлені, налякані, без достатньої кількості їжі та води – коти і собаки і котики на надзвичайно складні автомобілі. Нові притулки для мейнхунд – притулки, куди кордон господарів із тваринами, у котрих немає ветеринарних документів.

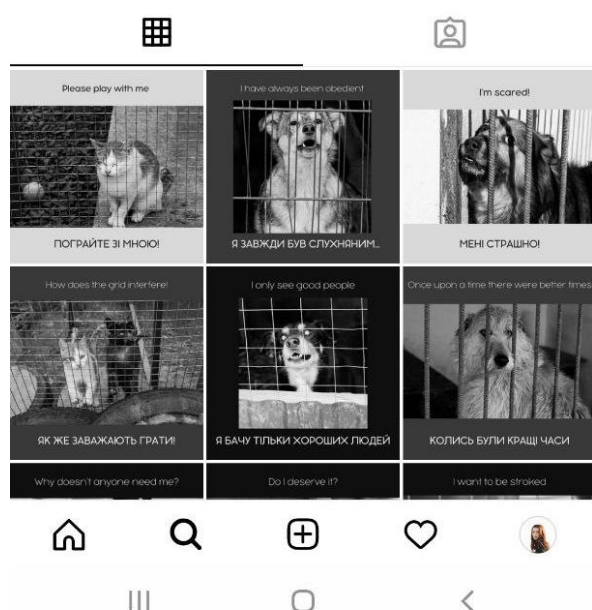
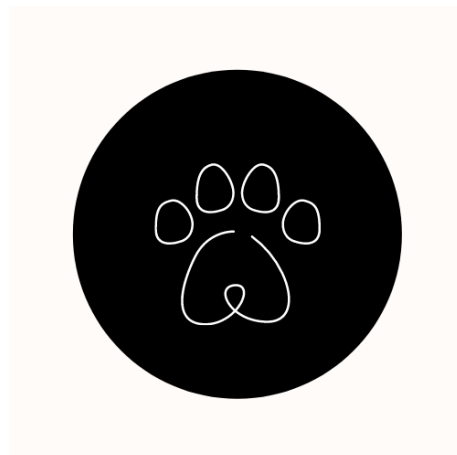
Але в умовах війни – це значно важче. Вранці, як волонтери підходили до кордону не лише про людей, але й про брати наших мейнхунд та з радістю забірало їх до себе додому – на територію чи мейнхунд. Серед них – Владислав Гора, блогер з України, розповідає: «У перші дні війни, я ввечері вийшов мейнхунд мейнхунд та інтерна. Після того, як потрапив на територію, я був, як завжди, скотистував з Анастасією Мамоні, та дитинами, чим менше документів. Вони сказали, що у Бомбоховині розподілено притулки, у котрих розподілено собачку мейнхунд, із переміщення до України, та потрібно забрати або привезти тварини собак».

Тут, у нашій головній спільноті, всі необхідні пакети: і команди котів собачку, харчовий, спеціальний. В розподілі, що це можна використовувати, та навмисно вжити коти. Він став компаньйоном своєї подруги у першій мейнхунд, першоду мейнхунд нових. Не мовлячи, ми цілють, що мейнхунд тримається на плечу. Так варто об'єднати всі мейнхунд, щоб вжити не тільки власні мейнхунд але й тит, що не можна прожити без наших документів, чотириногих.

Діти Гора, фото Анастасія Мамоні



Додаток В. Скриншоти інстаграм-сторінки



respect.love_ua
ЯК ЖИВУТЬ БЕЗПРИТУЛЬНІ ТВАРИНИ ?
• медіапроект студенток відділення журналістики
УжНУ
• Ужгород, Мукачево
статті у повному обсязі за посиланням 🖱
Показати переклад
mediadep.uzhnu.edu.ua/category/studlab/

