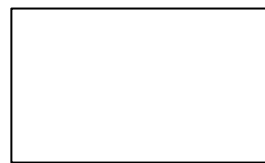


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

**УХІНА ЮЛІЯ СЕРГІЇВНА**



Допускається до захисту:

в.о.      завідувача      кафедри  
журналістики  
та соціальних комунікацій  
канд.політ.н.,

\_\_\_\_\_ С.В.Бондаренко

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**«Проблема висвітлення зображень у ЗМІ відповідно  
журналістських стандартів»**

Спеціальність 061 Журналістика

**Випускова робота (медіа-проект)**

Керівник:

Єрмакова І. О., старший викладач кафедри  
**журналістики соціальних комунікацій**

Оцінка: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова комісії: \_\_\_\_\_

(підпис)



## ЗМІСТ

### ВСТУП

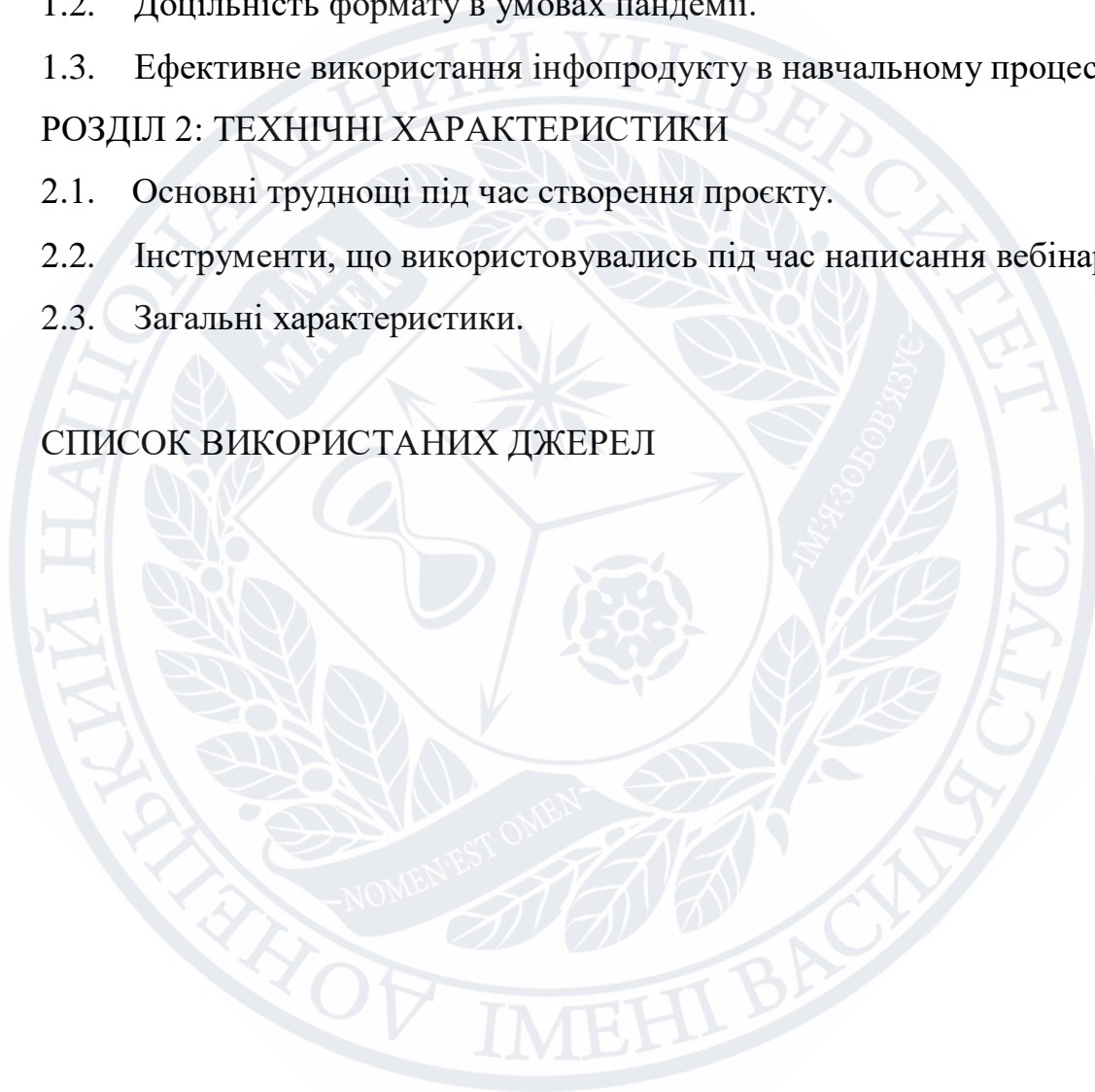
### РОЗДІЛ 1: ОПИС ПРОЄКТУ

- 1.1. Актуалізація проблематики стандартизації при роботі з візуальним контентом та розробка навчального онлайн-тренінгу.
- 1.2. Доцільність формату в умовах пандемії.
- 1.3. Ефективне використання інфопродукту в навчальному процесі.

### РОЗДІЛ 2: ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- 2.1. Основні труднощі під час створення проєкту.
- 2.2. Інструменти, що використовувались під час написання вебінару.
- 2.3. Загальні характеристики.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ





## ВСТУП

Медіа-проект, онлайн-тренінг для студентів спеціальності “журналістика” “Як дотримуватись стандартів, якщо їх не існує? Або як не зафакапити на віжуалі”, створений на основі актуальної дилеми в журналістиці, а саме висвітлення зображень у ЗМІ відповідно журналістських стандартів.

Ця тема є актуальною, адже у світі немає єдиних вивірених стандартів, щодо створення і відбору візуального контенту та ілюстративних матеріалів до журналістських текстів. І якщо в окремих країнах журналістські спільноти створили чіткі переліки правил, якими керуються при відборі та створенню фотографій, то в Україні таких вимог і санкцій за їх порушення не обумовлено.

В основі професії журналіста лежить принцип “не нашкодь” як героям своїх матеріалів так і аудиторії, що споживає контент, існує репутаційна відповідальність окремих журналістів та цілих редакцій. Тому виникає дилема, чітких правил щодо відбору і публікації фото-матеріалів немає, але при необережному ставленні до цього сегменту медійної роботи може виникнути багато проблеми. Саме тому, щоб полегшити подальшу роботу за фахом студентів спеціальності “журналістика” та практикуючих журналістів розроблено лекцію-тренінг.

Під час роботи над створення вебінару проаналізовано кейси з роботи вітчизняних засобів масової комунікації, визначено найбільш проблематичні точки в питанні та проаналізовано вже напрацьований досвід іноземних колег. На основі цього, у вебінарі пропонуються авторські підходи до створення і добору ілюстрацій до журналістських матеріалів. Також лекція має на меті мотивувати продовжувати дискусію щодо висвітленого питання,

Об’єкт проекту: Професійні стандарти

Предмет проекту: Оптимальний підхід до візуалізації журналістських матеріалів



Мета: залучення майбутніх та практикуючих журналістів до проблеми стандартизації візуалізації журналіських матеріалів.





## РОЗДІЛ 1: ОПИС ПРОЄКТУ

### 1.1. Актуалізація проблематики стандартизації при роботі з візуальним контентом та розробка навчального онлайн-тренінгу.

Маніпуляції з фотозображенням можуть відбуватися на всіх етапах від моменту створення фотографії до етапу постобробки, коли можлива

ретуш зображення, так і на етапі контексту, коли світлина отримує заздалегідь хибний підпис або заголовок.

За словами воєнного фотокореспондента Едді Адамса, «Фотографії є найпотужнішою зброєю в світі. Люди вірять їм; але фотографії брешуть, навіть без маніпулювання ними. Вони – лише напівправда». [1]

Проблематика цієї теми є актуальною, через відсутність в Україні затверджених стандартів, щодо створення, відбору візуального контенту та ілюстративних матеріалів до журналістських текстів. У Великобританії та Німеччині журналістські спільноти створили чіткі переліки правил, а саме Кодекс професійної поведінки журналістів від Комісії зі скарг на пресу та Пресовий кодекс, якими керуються при відборі та створенню фотографій, проте в Україні таких вимог і санкцій за їх порушення не обумовлено. Оскільки у Кодексі журналістської етики немає жодного рядка про фото, існування комісії із журналістської етики дає лише рекомендаційний характер. Лише «Спільний акт узгодження № 2 Висвітлення засобами масової інформації теми суїциду» та «Спільний акт узгодження № 4 Висвітлення засобами масової інформації випадків насильства і жорстокості» вказують на відображення візуального контенту, але несуть лише рекомендаційні настанови.

Єдине з чим можна порівняти іноземний досвід в Україні — це редакційні засади інформаційного мовлення публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України». Там у пункті 2.7.3. «Зрозумілість картинки» описується кілька ключових вимог до візуального контенту, основний акцент ставиться на зрозумілості контенту для аудиторії.



“Фото, якими ілюструються публікації на цифрових платформах, мають бути зрозумілими аудиторії та безпосередньо і ілюструвати новину або предмет публікації і мати відповідний підпис із чітким описом зображення, місця та дати зйомки, авторства”, — йдеться в тексті редакційних настанов Суспільного мовника. Ще принципи роботи з зображенням згадуються в розділі про особливості роботи журналістів в зоні бойових дій, тут увага зосереджена на питанні безпеки бойового підрозділу, який дислокується на місці, де зроблені світлини — фотографії треба узгоджувати окремо і з особливою ретельністю.

Ще один пункт стосується використання матеріалів, відзнятих аматорами з гарячих точок чи місць, де сталась надзвичайна ситуація. Такий візуальний контент обов’язково треба перевірити з експертами та детально протитрувати.

Загалом, як бачимо спроби Суспільного мовника є найбільшими в питанні стандартизації відбору візуального контенту для журналістських матеріалів. Проте якщо порівнювати ці три пункти з Пресовим кодексом Німеччини чи Кодекс професійної поведінки журналістів від Комісії зі скарг на пресу Британії, то стає очевидним, що таким вимогам бракує детальності і передбачення більшої кількості випадків виникнення труднощів при відборі фото. З одного боку, здається, що невеликий перелік вимог дає свободу журналісту і редакції, але, з іншого, відсутність чітких вимог перекладає з законодавчої бази на совість журналіста відповідальність за публікацію того чи іншого фото. До того ж редакційні настанови Суспільного є методом впливу на своїх авторів редакцією, на журналістів інших редакції ці настанови не матимуть жодного впливу.

Таким чином стає зрозуміло, що в першу чергу відповідальність за добір фотографій залишається на совісті і відповідальності журналістів. Багато з сучасних професіоналів в сфері медіа не мають фахової вищої освіти тому. А як вже вище зазначено ти х же стандартів щодо відбору візуал-контенту в Україні не вироблено, проте професійна спільнота здатна виробити основні моменти в цьому питанні самотужки. Для роз’язання цієї задачі і створюють



проекти подібні до “Як дотримуватись стандартів, якщо їх не існує? Або як не зафакапити на віжуалі” З одного боку, під час заходу розбираються основні проблемні точки та іноземні кейси, а з іншого продовжується дискусія стосовно то чи ці правила потрібні і якими б вони мали бути. \

## 1.2. Доцільність формату в умовах пандемії.

Обрана форма медіа-проєкту — це онлайн-тренінг. Такий формат обумовлений труднощами, з якими зіткнувся світ з пандемією Коронавірусної хвороби 2019.

Онлайн-тренінг є актуальним і для розширення знань студентів, що через епідемію змушені були покинути аудиторії та перейти на дистанційне навчання, і щоб підвищити професійні якості практикуючих журналістів, що так само перейшли в режим дистанційної роботи, який дозволяє глибше занурення в неформальну освіту, крім того через економічні труднощі, спричинені пандемією, багато працівників медіасфери втратили робочі місця, тож саме онлайн-тренінги допомагають їм ставати конкурентноспроможнішими на ринку праці в кризовий період.

Наприклад, упродовж 2020 року на платформі Coursera, що спеціалізується на неформальному онлайн навчанні, зареєструвалися понад 65 млн осіб — на 430% більше, ніж у 2019 році, варто зауважити, що в період першої хвилі карантину платформа відкрила для студентів багатьох вишів можливість навчатись безкоштовно.

Важливо також зазначити, що у серпні 2020 року платформа Coursera припинила видавати безкоштовні сертифікати про проходження курсів, тому кількість активних учасників з початком нового навчального року не зростає. А це означає, що створений в якості дипломного медіа-проєкту вебінар є особливо актуальним інфопродуктом, створений студентами для студентів він, з одного блоку покриває білі плями в навчальній програмі і дає ширше розуміння теми для студентів, і є безкоштовним, що як показує приклад з Coursera є важливим аспектом щодо популярності продукту серед його цільової аудиторії, а це в першу чергу студенти спеціальності



“журналістика”. Хоча варто зауважити, що навіть журналісти, що працюють не перший рік у професії мають труднощі з коректним добром візуальних матеріалів для своїх текстів. \

### 1.3. Ефективне використання інфопродукту в навчальному процесі

Використання онлайн-тренінгу “ Як дотримуватись стандартів, якщо їх не існує? Або як не зафакапити на віжуалі” це можливість під час навчання в університеті надати базу знань з теми, яка досі недостатньо опрацьована законодавством. Професійні дискусії та варіативність підходів до питання створення та добору фотографій у медіа має обговорюватись насправді не тільки на рівні професійної спільноти, а на рівні суспільства. Звісно вже існують готові іноземні кейси, але всі вони були відповіддю на конкретні виклики в конкретних країнах, саме тому не буде ефективним повне переймання структури норм добору віжуалу у ЗМІ, натомість навчальні курси в університетах і під час неформальної освіти дають змогу з різних сторін підійти до проблеми умисного чи випадкового маніпулювання фотографією. Таким чином це перестає бути дилемним питанням редакції чи журналіста, а стає підґрунтям для наукових досліджень та приносить практичну користь.

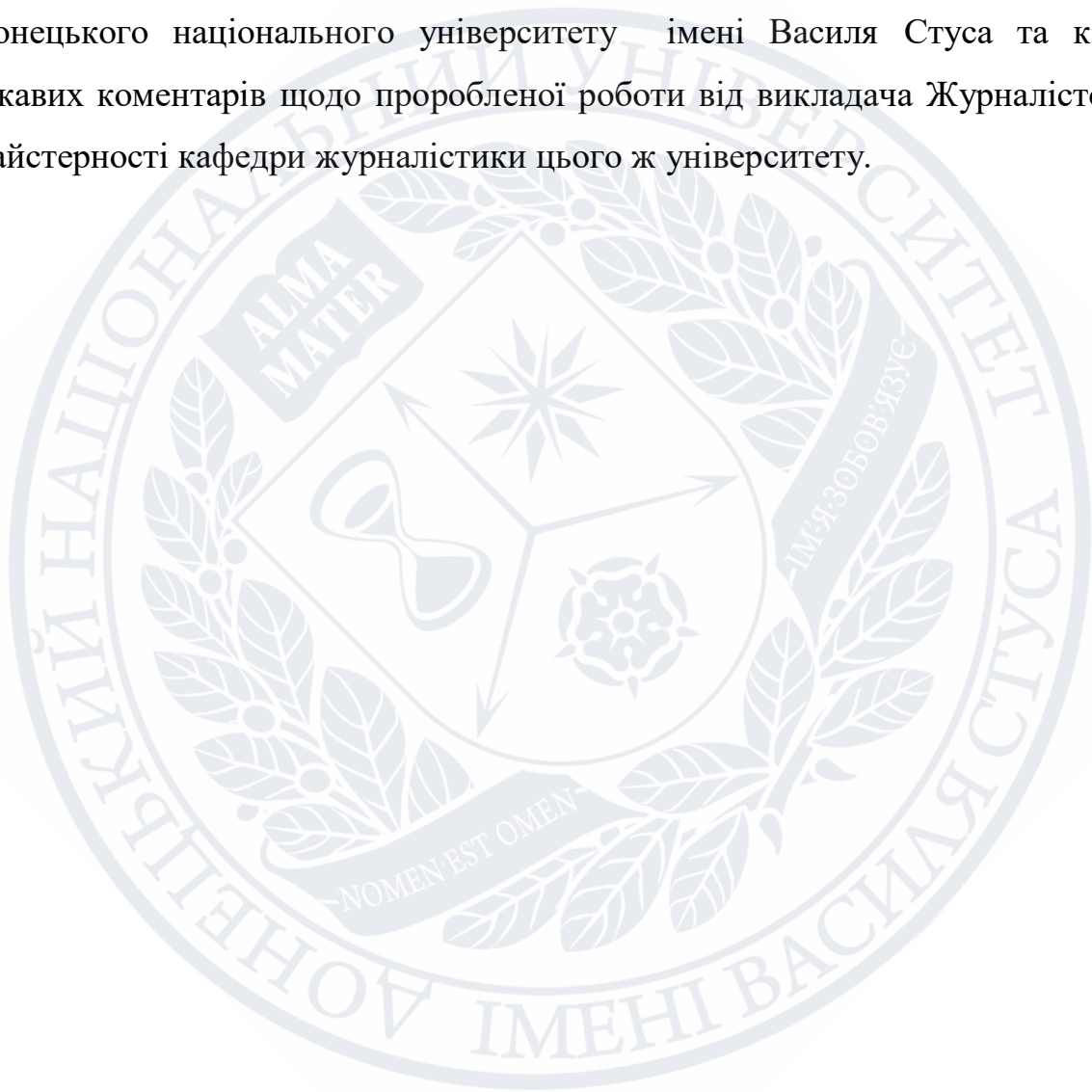
Формат вебінару передбачає не тільки демонстрацію зібраного і структурованого матеріалу по темі, а й включення студентів до обговорення конкретної проблематики. Можливість розбирати практичні кейси, задавати питання та висловлювати власні враження щодо окремих аспектів вебінару чи заняття загалом. Це дає змогу після кожного проведеного заняття проаналізувати не лише актуальність поданої інформації, а й почути відгуки щодо методики викладу та врахувати зауваження на пряму від цільової аудиторії.

Також подібні інфопродукти можуть служити не лише як частина неформального навчання студентів чи практикуючих журналістів, а й як доповнення університетських лекцій та внесення в процес дистанційного навчання різноманітності.



Крім того, проведення таких вебінарів серед студентів кількох університетів може послужити хорошим методом підтримання академічної мобільності в часи пандемії і допомогти розвивати студентську спільноту між різними навчальними закладами.

Щодо реакції на інфопродукт, то під час проведення першого тренінгу “Як дотримуватись стандартів, якщо їх не існує? Або як не зафакапити на віжуалі” були вже отримані кілька схвальних відгуків від студентів Донецького національного університету імені Василя Стуса та кілька цікавих коментарів щодо проробленої роботи від викладача Журналістської майстерності кафедри журналістики цього ж університету.





## РОЗДІЛ 2: ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

### 2.1 Основні труднощі під час створення проєкту.

Однією з найбільших складнощів з якими прийшлося зіткнутись під час створення проєкту, був збір та структуризація зібраного матеріалу, адже в основі вебінару лежить дилема: “Як не порушувати стандарти, якщо вони не затверджені”.

Для створення максимально можливого об’єктивного продукту було зібрано та проаналізовано вітчизняні і закордонні приклади вдалого, дискусійного і невдалого досвіду добору та створення фотографічних матеріалів для журналістських текстів. Частково було проаналізовано історичний досвід країн, які мають прописані стандарти роботи з фотографіями та на основі цього показано які підходи можливі. Вся література та матеріали з медіа були зібрані в мережі Інтернет, джерела будуть вказані наприкінці пояснювальної записки.

### 2.2. Інструменти, що використовувались під час написання вебінару.

Для створення медіа-проєкту використовували різноманітні програми та інструменти. Презентація, що демонструється для студентів була створена завдяки онлайн ресурсу [canva.com](https://www.canva.com), візуальні матеріали що використовуються для візуалізації на слайдах були взяті з вільно доступу на фотостоках: [ua.depositphotos.com](https://ua.depositphotos.com), Shutterstock, Getty Images, Adobe Stock та з архіву сайту [canva.com](https://www.canva.com). Для створення ілюстративних матеріалів використовувалась також програма FastStone Capture, за її допомогою створювали скріншоти прикладів. Зображення також зазнали часткової постобробки в програмі Adobe Photoshop. Для обробки відео матеріалу з фільму “Інсайдер” використовувалась програма Adobe Premiere Pro. Під час розповсюдження інформації про проведення вебінару використовувались спроможності соціальної мережі facebook, тут була створена сторінка події розміщений банер, коротка інформація про онлайн подію та посилання на трансляцію, також інформація про тренінг поширювалась завдяки месенджеру Телеграм.



Для трансляції онлайн-івенту використовували ZOOM. Запис відео відбувався завдяки програмі ZOOM.





## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Родигін К. М., Єрмакова І. О. Візуальний контент медіа як інструмент маніпуляцій в контексті інформаційно-сміслової війни: навч. посібник. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2019.
2. Родигін. К., Єрмакова І. Різновиди маніпуляцій фотокореспондентом медіа у контексті інформаційно-сміслової війни. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2020. Випуск 47.
3. Бондаренко Т., Тарасюк В., Коваль Т., Костюченко О., Луць Ю., Скібан О., Теребус О. Права людини та медіадіяльність: Збірник навчальних програм викладачів і викладачок журналістики: За ред. Шендеровського Київ: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2018.
4. Гіленко О. І. ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ ТА ЖУРНАЛІСТСЬКА ЕТИКА у цифрову епоху: Київ, 2016. 33 с.
5. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста: практичний посібник: Інститут масової інформації: Київ: ТОВ “Софія-А”, 2016. 71-85с.
6. Гридчина В. В. Етичні стандарти роботи фотожурналіста: вітчизняні та світові реалії: Наукові записки Інституту журналістики: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики: Київ, 2014. 56с. 232–238сс.
7. Шевченківська весна. Секція: журналістика : матеріали ХУ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених: Інститут журналістики: Київ, 2018. 201 с.
8. Права людини та мас-медіа в Україні. Частина 2: Збірник конспектів лекцій [Тексти] / Авт. кол. – За ред. Виртосу І., Шендеровського К. – Київ: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2020. – 328 с
9. Права людини в медіаосвіті та медіадіяльності в Україні: матеріали Першої науково-практичної конференції: Київ: Інститут журналістики, 2018. 230 с.



## ЕЛЕКТРОННІ ДЖЕРЕЛА

10. Рада Європи, Рекомендація № R (1997) 19 Комітету міністрів державам-членам про показ насильства електронними ЗМІ, 1997 р. Режим доступу: [http://ravnopravnost.gov.rs/wp-content/download/COE\\_R%20\(97\)%2019.pdf](http://ravnopravnost.gov.rs/wp-content/download/COE_R%20(97)%2019.pdf).
11. ІМІ, «Найбільше мови ворожнечі в онлайн-ЗМІ Львова і Одеси», 2020 р. Режим доступу: <https://imi.org.ua/en/monitorings/the-most-of-hatespeech-found-in-online-media-of-lviv-and-odessa-imi-research-i33821>.

