

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Навчально-науковий інститут української філології та журналістики
Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота
бакалавра

з теми: «**ФОТОПРОЄКТ НА ЗООЗАХИСНУ ТЕМАТИКУ**
“ТВАРИНИ НА ВІЙНІ: БЕЗЗАХИСНІ, БЕЗВИННІ, БЕЗПРИТУЛЬНІ”»

Виконала: студентка 4 курсу
Zh1-B20 групи
напрямку підготовки 061 Журналістика
Маліновська Каріна Валентинівна

Керівник:
кандидат наук із соціальних комунікацій,
старший викладач кафедри журналістики
Сімашова А.І.

Рецензент:
доктор філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української мови,
директор навчально-наукового інституту
української філології та журналістики
Коваленко Б.О

Кам'янець-Подільський – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ОПИС ПРОЄКТУ.....	7
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТВОРЕННЯ ФОТОПРОЄКТУ.....	12
ВИСНОВКИ	18
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	20
ДОДАТКИ.....	23
Додаток А. Приклад взаємодії ілюстрації з текстом	23
Додаток Б. Обставини як мотивації.....	24
Додаток В. Тварини і емоції	25

ВСТУП

Зоозахист набуває особливої важливості в умовах сучасної України, де війна значно ускладнює життя не лише людей, а й тварин. За два роки від моменту повномасштабного вторгнення Росії в Україну кількість тварин у притулках і на утриманні зооволонтерів стрімко зростає, і почасти це тварини, які отримали серйозні травми. Бойові дії спричиняють масове переміщення населення, залишаючи багато домашніх і безпритульних тварин без нагляду та догляду. Військові конфлікти руйнують інфраструктуру, що призводить до погіршення умов існування для тварин, а також ускладнюють доступ до ветеринарної допомоги та інших життєво необхідних ресурсів. У цих умовах зоозахисні ініціативи стають надзвичайно важливими для збереження життя та благополуччя тварин.

Фотопроекти зоозахисної тематики є важливим і впливовим чинником у формуванні соціальної реклами. Візуальні образи мають значну емоційну силу впливу на глядачів, що дозволяє ефективно привертати увагу до тих проблем, які можуть залишатися непоміченими або недооціненими у вирі подій. Через фотографії можна передати емоції, а також створити сильні візуальні метафори, що запам'ятовуються і впливають на суспільну свідомість.

Актуальність. Фотографії мають здатність викликати миттєву емпатію та співчуття. Вони допомагають встановити емоційний зв'язок між глядачем і зображеними тваринами, що може спонукати до дій, таких як підтримка зоозахисних організацій, волонтерство або адопція тварин. В умовах війни, коли тварини стають беззахисними жертвами конфлікту, фотопроекти стають критично важливими для мобілізації підтримки з боку громадськості та міжнародних організацій.

В умовах сучасної інформаційної ери, де візуальний контент займає провідну роль, фотопроекти є ефективним інструментом для привернення уваги до соціальних проблем і викликів. Вони допомагають не лише інформувати, але й надихати на допомогу тим, хто потребує захисту і підтримки. Таким чином, використання фотографії в зооохисній діяльності є не лише актуальним, але й необхідним для досягнення реальних змін і покращення ситуації зі становищем тварин в умовах воєнного конфлікту.

Теоретична база дослідження опирається на роботи як українських, так і міжнародних науковців, які досліджували різні аспекти зооохисту, візуальної комунікації, соціальної реклами та емоційного впливу медіа. Зокрема, вищезгадані аспекти розглянуті у роботах Т. Булах [1], І. Гелашвілі [4], Г. Кривошеї [8], О. Коваль [9], М. Костюка [10], Д. Олтаржевського [19], Н. Петрової [21], В. Скляренко, Л. Глінської, С. Потаніна [26] та ін.

Метою кваліфікаційної роботи є привернення уваги громадськості до проблем тварин, які страждають від наслідків воєнних дій, а також до важливості зооохисних ініціатив в умовах російсько-української війни.

Поставлена мета дослідження зумовила такі його **завдання**:

- виявити основні проблеми, які виникають в утриманні тварин під час війни;
- зібрати інформацію про тварин, які потраждали внаслідок війни;
- створити фотопроект з унікальними ілюстраціями для соціальної реклами.

Об'єктом дослідження є тварини, які постраждали під час війни, а також зооохисні ініціативи та організації, що займаються їхнім порятунком та допомогою.

Предметом дослідження є процеси та механізми допомоги тваринам в умовах війни, а також соціальні та медійні аспекти, пов'язані з приверненням уваги до проблем зооохисту через фотопроект.

Методи дослідження. Для втілення фотопроєкту було використано комплекс теоретичних та емпіричних методів. Зокрема, метод термінологічного аналізу допоміг визначити окремі терміни дослідження; описовий метод – допоміг схарактеризувати особливості соціальних фотопроєктів; метод спостереження – допоміг створити концепцію фотопроєкту про безпритульних тварин.

Варто зауважити, що під час роботи над проєктом були залучені волонтери із Кам'янець-Подільської громадської організації «Душа Бродяги», яка займається питаннями адопції тварин. Деякі утриманці організації прибули до них з Києва разом зі своїми трагічними історіями. Відтак, ці історії лягли в основу текстам, які супроводжують фотографії тварин. Транспортування тварин та їхні історії забезпечила громадська організація «ЗооПатруль».

Елементи наукової новизни одержаних результатів. Полягає в комплексному підході до висвітлення проблем зоозахисту в умовах війни за допомогою фотографії як інструменту соціального впливу. Проєкт розглядає вплив воєнних дій на тварин та ефективність волонтерських ініціатив у нових соціально-економічних умовах України.

Практичне значення дослідження. Результати дослідження можуть бути використані у працях, що присвячені дослідженню соціальної журналістики. Фотопроєкт можна поширювати через соціальні мережі та інші медіа-платформи задля інформування громадськості про зоозахисні ініціативи. Фотопроєкт може також стати основою для проведення виставок, створення фотокниг або документальних фільмів, що забезпечить довготривале привернення уваги до проблем зоозахисту.

Апробація результатів дослідження. Основні положення кваліфікаційної роботи були викладені у статті «Соціальна реклама на зоозахисну тематику», яку було представлено на науковій конференції

студентів і магістрантів за підсумками НДР у 2023-2024 н.рр. (9-10 квітня 2024 року).

Структура. Робота складається з двох частин:

- теоретичної – пояснювальної записки;
- практичної – творчого фотопроекту на зоозахисну тематику «Тварини на війні: беззахисні, безвинні, безпритульні».

Пояснювальна записка складається зі змісту, вступу, опису проекту, технічних характеристик створення фотопроекту, висновків, списку використаної літератури, додатків.

ВИСНОВКИ

У проєкті на зоозахисну тематику «Тварини на війні: беззахисні, безвинні, безпритульні» було досліджено проблему страждання тварин під час війни, розглянуто важливість зоозахисних ініціатив і роль фотопроектів у підвищенні обізнаності та стимулюванні соціальної активності.

Війна, що найгіршим чином нині розгортається в Україні, має катастрофічні наслідки не лише для людей, але й для тварин. Багато тварин залишаються безпритульними, голодними і в небезпеці через відсутність належного догляду та ресурсів. Підвищення обізнаності громадськості про ці проблеми є важливим кроком до поліпшення ситуації.

Фотопроекти є потужним інструментом соціальної реклами, який дозволяє привертати увагу до проблем зоозахисту. Вони здатні викликати емоційний відгук у глядачів, що сприяє підвищенню їхньої зацікавленості та готовності до дій, таких як волонтерство, пожертви та адопція тварин.

Ретельна оцінка ефективності фотопроекту включала кількісні та якісні методи, такі як аналіз соціальних мереж, опитування, інтерв'ю тощо. Це дозволило отримати всебічне уявлення про вплив проєкту на громадськість та його здатність змінювати поведінку та ставлення до проблем зоозахисту.

Фотопроект «Тварини на війні: беззахисні, безвинні, безпритульні» може сприяти підвищенню соціальної активності, залученню нових волонтерів та збільшенню пожертв на підтримку тварин. Він також може впливати на громадську думку та політичні ініціативи, спрямовані на поліпшення умов для тварин у зоні бойових дій.

Використання професійного програмного забезпечення дозволило створити високоякісні та емоційно насичені зображення, що можуть мати значний вплив на аудиторію. Для подальшого підвищення ефективності

зоозахисних ініціатив рекомендується використовувати комплексний підхід, що включає цифрові технології, активну роботу з медіа, залучення громадськості через соціальні мережі та проведення просвітницьких кампаній.

Фотопроект «Тварини на війні: беззахисні, безвинні, безпритульні» продемонстрував високу ефективність у підвищенні обізнаності про проблему страждання тварин під час війни, викликанні емоційного відгуку та стимулюванні соціальної активності. Використання сучасних технологій дозволило створити потужний візуальний контент, що має потенціал значно змінити ставлення суспільства до зоозахисних питань та спонукати до дій на підтримку тварин, що постраждали від війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Булах Т. Реклама у видавничій справі : навчальний посібник. Харків, 2011. 224 с.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навчальний посібник. Київ : Академія української преси, 2004. 262 с.
3. Гелашвілі І. Соціальна реклама в Україні: стан та перспективи розвитку. Харків : Видавництво «Ранок», 2020. 145 с.
4. За крок до перемоги: вплив війни на життя тварин та зооохист в Україні. Відкриті клітки : веб-сайт. URL: <https://opencages.com.ua/news/zakrok-do-peremogi-vpliv-vijni-na-zhittya-tvarin-ta-zozahist-v-ukrayini> (дата звернення: 20.01.2024).
5. Звітність фонду 2024. UAnimals : веб-сайт. URL: <https://uanimals.org/zvitnist-fondu-2024/> (дата звернення: 21.05.2024).
6. Зооохист в Україні: як працюють служби порятунку для тварин. Сьогодні : веб-сайт. URL: <https://ukraine.segodnya.ua/ukraine/zozahsyt-v-ukraine-yak-pracyut-sluzhby-poryatunku-dlya-tvaryn-2023-1578532.html> (дата звернення: 20.02.2024).
7. Зооохист під час війни: щоденний подвиг, який не всі бачать. Укрінформ : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3341202-zozahsit-pid-cas-vijni-sodenij-podvig-akij-ne-vsi-bacat.html> (дата звернення: 20.02.2024).
8. Карпенко В. О. Інформаційна політика та безпека. Київ : Нора-Друк, 2006. 320 с.
9. Кривошея Г. П. Журналістика: поняття, терміни : навчальний посібник. Київ : КиМо, 2004. 205 с.
10. Коваль О. Технології створення ілюстрацій у сучасному медіапросторі. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2019. 172 с.

11. Костюк М. А. Місце і роль засобів масової комунікації у формуванні інформаційної культури суспільства. Київ : Академвидав, 2015. 78 с.
12. Луман Н. Реальність мас-медіа. Київ : Наукова думка, 2005. 290 с.
13. Лизанчук В. В. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці. Київ, 1991. 96 с.
14. Ліпкан В. А., Максименко Ю. Є., Желіховський В. М. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції. Київ : КНТ, 2006. 280 с.
15. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010.
16. Медіаосвіта та медіаграмотність. Упорядкували В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, 2002. 352 с.
17. Михайленко В. М. Теорія твору й тексту: навч. посіб. Київ : вид-во Паливода А. В., 2013. 256 с.
18. Михайлин І. Основи журналістики: підручник. Київ : ЦУЛ, 2002. 282 с.
19. Мунтян І.В., Євтушок О.В., Гнатовська Д.О. Соціальна реклама в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. Економіка харчової промисловості. 2020. Т.12. Вип. 2. С. 55-61.
20. Огляд збитків та втрат в АПК. Київська школа економіки : веб-сайт. URL: <https://kse.ua/ua/oglyad-zbitkiv-ta-vtrat-v-apk/> (дата звернення: 21.03.2024).
21. Олтаржевський Д. О. Соціальна реклама. Київ : Центр вільної преси, 2016. 120 с.
22. Петрова Н. Соціальна реклама: теорія і практика. Київ : Академія, 2017. 192 с.
23. Потятиник Б. Інтернет-журналістика. Львів : ПАІС, 2010.
24. Потятиник В. Б. Медіа : ключі до розуміння. Серія: «Медіакритика». Львів : ПАІС, 2004. 298 с.

25. Про захист тварин від жорстокого поводження: Закон України від 21 лютого 2006 року № 3447-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3447-15#Text>. (дата звернення: 20.05.2024).
26. Про рекламу: Закон України від від 3 липня 1996 року № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр.#Text>. (дата звернення: 20.05.2024).
27. Скляренко В., Глінська А., Потанін С. Соціальна реклама захисту домашніх тварин. Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 22 квітня 2021 року. Київ : КНУТД, 2021. С.164-167. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18133> (дата звернення: 09.04. 2024).
28. Феллер М. Д. Основні вимоги до структури і тексту повідомлення (стандартиг). Київ : Інститут журналістики, 2001. С. 29-41.
29. Як війна вплинула на життя тварин в Україні. Українська правда : веб-сайт. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2023/05/15/234732/> (дата звернення: 20.05.2024).