

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«___» _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
«БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ЧАСОПISУ НА ПРАВОЗАХИСНУ
ТЕМАТИКУ «КІМНАТА»

Виконавець: Галка Лілія Володимирівна

Керівник: д-р наук із соц. ком., доц.

Рижко Олена Миколаївна

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ І МЕТОДОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	6
1.1. Роль і вплив соціальної журналістики на суспільство.....	6
1.2. Шляхи реалізації проєктів соціальної журналістики в умовах сьогодення..	13
1.3. Соціальні проєкти про права людини як спосіб комунікації з суспільством.....	20
1.4. Ревізія соціальних проєктів, що висвітлюють питання порушення прав людини в суспільно-політичних і соціально-побутових аспектах – їх роль і значення (приклади).....	26
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ЧАСОПISУ «КІМНАТА» НА ПРИКЛАДІ ПЕРШОГО ВИПУСКУ, ПРИСВЯЧЕНОГО ТЕМІ ПРАВ ЛГБТІК+ СПІЛЬНО.	33
2.1. Аналіз порушення прав ЛГБТІК+ спільноти в Україні та його застосування до створення власного часопису.....	33
2.2. Репрезентація ЛГБТІК+ спільноти крізь призму проблем, з якими вони стикаються у повсякденному житті у соціальному часописі.....	37
2.3. Формат сторітелінгу та друку як спосіб комунікації з аудиторією.....	39
2.4. Шляхи реалізації проєкту в мультиканальному середовищі.....	41
Висновки до розділу 2.....	43
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена порушенням прав людини у суспільно-політичних і соціально-побутових аспектах. Людина, залежно від її національності, гендеру, соціального статусу, віросповідання, політичної приналежності і галузі роботи неодноразово у своєму житті стикається з різною дискримінацією. Залежно від приналежності до певної з цих групи, розглядається конкретна проблематика. Тому коректно буде розглядати кожну з цих груп окремо. Зокрема, у першому випуску часопису «Кімната» підійматимуться питання порушення прав ЛГБТІК+ спільноти. Серед них відслідковуємо дискримінацію, цькування, переслідування, злочини на ґрунті ненависті, відсутність реагування влади. З 2019 року на українському законодавчому рівні не відбулося суттєвих змін, що пов'язані з інтересами і правами ЛГБТІК+ спільноти. Питання захисту прав і свобод ЛГБТІК+ спільноти залишається лише в руках соціальних інституцій. Тому ця проблема вимагає особливого підходу та уваги.

Теоретичним аспектам сутності соціальної журналістики присвячені роботи І. Дзялошинського, К. Шендеровського, та ін. [1], [8].

Особливості мультिकанальності журналістики розглянуті в роботах Е. Вартакової, І. Кандиби, Г. Махініна, та ін. [16], [25], [5].

Специфіка соціальних проєктів як інструменту журналістики розглянута в наукових працях О. Ганта, І. Зацепиної, В. Лукова, та ін. [19], [24], [31].

Мета дослідження – з'ясувати специфіку представлення в мас-медіа проблем, із якими стикаються представники ЛГБТІК+ спільноти, та способів регулювання цих питань на законодавчому рівні і на основі отриманих результатів розробити власний часопис правозахисної тематики для формування толерантного ставлення до ЛГБТІК+ спільноти в українському суспільстві.

Визначена мета передбачає розв'язання низки ключових **завдань**:

1. Охарактеризувати роль соціальної журналістики і її впливу на суспільство;
2. Дослідити основні способи комунікації, які використовує соціальна журналістика;
3. Окреслити основні порушення прав і свобод ЛГБТІК+ спільноти в Україні;
4. Визначити передумови постанови та концепцію проєкту;
5. Підкреслити варіанти подальшої реалізації проєкту для особистого внеску в розв'язання проблеми на державному рівні.

Об'єкт дослідження – журналістські публікації про проблеми ЛГБТІК+ спільноти в Україні та реалізацію захисту прав і свобод на законодавчому рівні.

Предметом дослідження є специфіка журналістських публікації про проблеми ЛГБТІК+ спільноти в Україні та реалізацію захисту прав і свобод на законодавчому рівні.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становлять принципи й методи всебічного та якісного аналізу інформації з різних медіа-ресурсів, аналіз принципів соціального проєктування, застосування статистичного методу дослідження, що базується на зборі та узагальненні демографічних даних, кількісних показників представленості проблематики у медіа. Також використано такі журналістикознавчі методи дослідження, як контент-моніторинг онлайн-видань і друкованих журналів на тему ЛГБТІК+, комплексне дослідження реагування влади на існуючу проблему.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в аналізі мас-медійного представлення затверджених конституційних прав людини і їхній реалізації в суспільно-політичних і соціально-побутових аспектах життя, зокрема порушення прав ЛГБТІК+ спільноти у суспільстві, та подальше застосування отриманих результатів для створення власного соціального проєкту.

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає в тому, що часопис про права людини є готовим продуктом для реалізації, його поширенням у засобах масової інформації, організаціях і дискусіях, може бути використаним

для використання в освітніх та ознайомчих цілях усіма охочими, зокрема активістами у боротьбі за права ЛГБТІК+ спільноти.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (8 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (47 джерел). Загальний обсяг роботи становить 52 сторінки, основний текст викладено на 47 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРІЯ І МЕТОДОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Роль і вплив соціальної журналістики на суспільство

Журналістика в Україні реалізується у висвітленні гострих тем, які сколихнуть суспільство, але швидко згаснуть. Принцип дії реалізується наступним чином: з'являється гострий інфопривід, який обговорюється у засобах масової комунікації декілька днів, хвилює суспільство, але інтерес швидко згасає до наступного схожого інциденту. А соціальна журналістика займається дослідженням і висвітленням проблем, які викликають суперечність у суспільстві. Зокрема, ця галузь охоплює ставлення до дітей, жінок, національних меншин, порушення прав людини, соціальний захист, охорона здоров'я, проблеми зайнятості, соціальної інфраструктури.

Через те, що журналістика охоплює суперечливі моменти у суспільстві, вона вимагає якісного аналізу та занурення у кожний окремий аспект проблематики. У вузькому значенні соціальна журналістика це робота над матеріалами про соціально незахищених людей чи групи, а в глобальному розумінні, соціальна журналістика підіймає різноманітні питання про суспільство для людей [6].

Поняття соціальної журналістики доволі молоде і феноменальне, тому конкретна позиція в категоріях типології ще не сформульована. Проте, більшість теоретиків сходиться на визначенні про те, що соціальна журналістика працює за лікарським принципом «Не нашкодь!» і несе відповідальність перед суспільством. Окрім цього, соціальна журналістика повинна пропонувати приклади вирішення проблематики і змінювати сприйняття конкретних аспектів соціального життя в цілому.

Соціальна журналістика – це галузь журналістики, що спеціалізується на висвітленні, вирішенні і запобіганні у суспільстві соціальних конфліктів і проблем. Механізмом реалізації є взаємодія [5].

Проте, щоб коректно дослідити дефініцію соціальної журналістики, потрібно розуміти значення «соціальний» у контексті різних наук зокрема розрізі журналістики. Найбільш глибоке визначення «соціального» є таким: соціальними вважаються ті чи інші відмінності, особливості, форми відносин у

суспільстві, що інтегруються особою чи групою осіб у процесі загальної взаємодії діяльності в окремих умовах, що відображається в їх ставленні:

1. До персональної ролі в суспільстві;
2. До процесів і явищ суспільного життя;
3. Одне до одного.

У випадку соціальної журналістики, ставлення одне до одного реалізується за принципом, що одним суб'єктом у цій моделі виступатиме журналіст, а іншим суб'єктом буде член певної групи чи меншини. Водночас, поняття «соціальний» не охоплює безкінечну кількість проблем, а реалізується у відносинах.

У своїх роботах теоретикня і практигологиня з Аргентини Алісія Ситринблум визначає, що соціальна журналістика – це та журналістика, яка шукає вирішення різного роду проблем і конфліктів і несе повну відповідальність за розвиток соціуму [43].

Враховуючи вищесказані аспекти, висловлювання Алісії Ситринблум є найбільш коректним і точним. Ця теоретикня є однією з перших, хто висвітлила проблему пошуку рішень соціальних проблем. Що своєю чергою означає, що соціальна журналістика несе відповідальність за наслідки від реалізованого медійного проєкту.

Тут варто виділити три рівні відповідальності, яку несе журналіст:

- 1) Відповідальність перед собою, тобто дотримання правил професійної діяльності;
- 2) Відповідальність перед аудиторією, тобто створення якісного, достовірного матеріалу;
- 3) Відповідальність за наслідки, тобто журналіст повинен бути готовий до результатів своєї діяльності.

Предмет соціальної журналістики – це інформація про проблеми і стан загалом усього суспільства або окремої групи осіб, що поділяються за національністю, сексуальною орієнтацією, гендером, статками, місцем проживання, віком, віросповіданням, рівнем знань, тощо. Сюди ж варто додати інформацію про взаємодію різних груп між собою, їх конфлікти та зміни у

ставленні, а також особливості кожної окремої особистості та її проблем. Тому предметний потенціал соціальної галузі широкий і перспективний.

Головне завдання соціальної журналістики – це підтримка стабільних відносин у суспільстві і вирішення, навіть передбачення, конфліктів між окремими групами чи особами [2]. Для реалізації цього завдання передбачені наступні дії:

1. Пристосовуватися до нових життєвих реалій, передбачати їх зміни, відкривати нові теми і порушувати проблеми, стимулювати їх обговорення, проявляти особисту активність.
2. Допомогати одній людині у конкретній ситуації, розповідати про конкретну проблему і шукати шляхи її вирішення, досліджувати сталий алгоритм її вирішення;
3. Реалізовувати можливості для висвітлення нових поглядів у рамках повторюваних ситуаціях, не допускати замовчування чи некомпетентності щодо складних інцидентів;
4. Відпрацьовувати спільну позицію щодо актуальних проблем, піддавати суспільній експертизі всі законопроекти і рішення з точки зору їх соціальних наслідків, брати участь у формуванні й здійсненні соціальної політики;
5. Надавати повну інформацію про стан соціальної сфери;
6. Дотримуватися рівноваги інтересів різних соціальних груп, давати змогу обґрунтувати свою позицію, знімати соціальну напругу, створювати рівні умови для діалогу між різними групами;
7. Не зловживати і пам'ятати про моральну оцінку думок, подій, вчинків, розповідати досвід інших людей, підтримувати різноманітність і допомагати людям долати почуття, ставити ідеї гуманізму вище за ситуативні інтереси окремих груп [1].

Соціальна журналістика є не лише інструментом формування нашої реальності, але є дієвим способом вирішення соціальних проблем і потреб:

1. Рівноцінний розподіл благ та доступу до них;

2. Співучасть та взаємодія;
3. Моніторинг, контроль та оцінка стану суспільства;
4. Реалізація спеціальних комунікацій;
5. Розвиток функціональної спроможності та добробуту родин;
6. Повага до людської гідності, захист прав і життя, безпека громадян;
7. Надання особливої соціальної інформації, соціального навчання, диференціювання соціальних знань.

Предметом журналістської зацікавленості є проблема, яка хвилює суспільство, тобто проблема, яка торкається життєвих інтересів великої кількості людей. Тому соціальну журналістику варто сприймати як можливість журналіста брати участь у розширенні поля соціальності та вирішенні конфліктних питань, що виникають у взаємодії людини з соціумом, населення та влади. Соціальне суперечність має набути певного ступеня актуальності, щоб перерости у проблему, яку будуть обговорювати на соціальній арені. І саме соціальній журналістиці відводиться роль визначати ситуацію як проблему, надавати їй респектабельності, «узаконювати» її у суспільній думці, тобто визначити її як необхідну для публічного обговорення. Це ключовий момент, який здійснює прив'язку терміну «соціальна журналістика» до дефініції «соціальна проблема».

Соціальна галузь в журналістиці охоплює: розуміння проблем соціуму і їх зв'язки з іншими галузями суспільного життя, аналіз інформації через призму суспільної більшості і врахування інтересів всього суспільства, використання професійних навичок і ресурсів, залучення до дискусії та обміну досвідом інших громадян.

Соціальна галузь підіймає ті ж питання, що і соціальна журналістика. Тобто, певним чином вони є спорідненими і йдуть нога в ногу. Проте соціальна галузь формує певні умови і підходи до висвітлення соціальних проблем. Їй притаманні такі ознаки: відносна самостійність, цілісність, персоніфікування, інерційність, швидке реагування. Тому соціальна журналістика спираючись на соціальну галузь досліджує таку проблематику: соціальний захист, праця, міжнародні відносини, соціальна інфраструктура, дискримінація за різними

ознаками, рівний доступ до галузі охорони здоров'я. В умовах пандемії COVID-19 і спричиненій нею кризі, соціальна галузь разом із соціальною журналістикою досліджує та інформує суспільство про загострення чи вирішення певних проблем. Тобто реагування на проблему є спільною ознакою цих двох галузей.

У такому випадку соціальна галузь в соціальній журналістиці виступає об'єктом, який згадується фрагментарно. Конфлікт цих двох сфер виникає на межі документальності, конкретності і її реальним існуванням, тобто згадки про неї, інформування про проблему. Можна зробити висновок, що цей конфлікт зникає, коли ці сфери ототожнюються в діях вирішення певної проблеми. Журналістика здатна ініціювати конструювання соціальної проблеми, наприклад завдяки журналістських досліджень, але частіше за все первинною є саме проблема, тоді завдання журналістів, розповсюджувати вимоги і твердження активістів, науковців, правових організацій і т.д. Якщо це розважальне медіа, тоді проблема стає темою ток-шоу, а якщо це преса, зазвичай проблема реалізується завдяки написанню новин чи статей. Говорячи про новини, передбачається збалансованість, насиченість фактами та об'єктивністю у висвітленні тої чи іншої проблематики [2].

Тут ми повертаємося до однієї з головних функцій соціальної журналістики. Ця галузь повинна не лише аналізувати інформацію, але й пропонувати шляхи вирішення проблеми. Соціальні ЗМІ відображають дійсність, дають можливість обмінюватися точками зору, особливо вміло регулюють відносини між соціальними групами, інформують аудиторію про подію.

Дослідники визначили два підходи до феномену соціальної журналістики:

1. Перший підхід виходить із самого визначення соціальної журналістики як діяльності, предметом якої є соціальні проблеми і хвороби суспільства: становище у суспільстві різноманітних потенційно вразливих соціальних груп, дотримання прав людини, якість медичного обслуговування й освіти, благоустрій громадян і так далі;

2. Другий підхід пов'язаний із визначенням соціальної журналістики як атрибуту соціальної політики, яку здійснює держава, виходячи з офіційно визнаної ідеології та моралі суспільства [24].

Досліджуючи ці два підходи, зазначаємо, що під категорії соціальних ЗМІ підпадають майже всі медіа, окрім хіба що агітаційних матеріалів політиків, курсів акцій, тощо. Тому що насправді немає соціальних чи несоціальних ЗМІ. Будь-яке медіа є соціальним, якщо воно інформує та допомагає людині обрати свій шлях.

Тому варто визначити критерії соціальної журналістики:

1. Соціально важлива (у широкому значенні) тема матеріалу: все, що пов'язане зі спільним життям людей;
2. Діяльність із метою допомогти суспільству, групам людей;
3. Об'єктивність, багатогранність точок зору на тему, що обговорюється;
4. Підтримка стійкості та стабільності соціальних відносин.

Соціальна журналістика формує засади цивілізованого суспільства, дає змогу подивитися на світ ширше і перейняти досвід інших країн чи соціальних груп. Певною мірою, соціальна журналістика, якщо дотримувати всіх критеріїв та функцій, повинна лише згладжувати і вирішувати конфлікти, а не створювати їх. Тому таким важливим принципом роботи журналіста є об'єктивність та залучення різних точок зору. Журналістика допомагає людям приймати рішення на основі достовірної інформації, наприклад формувати позитивне ставлення до вакцинації чи негативне ставлення до свавілля поліції, також сприяє вирішенню соціальних проблем і надає голосу тим ситуаціям, які цього потребують [9].

Можна визначити, що на сьогоднішній день соціальна журналістика розвивається у двох напрямках:

1. Спроби розв'язати конфлікт, стирати стереотипи та установки за допомогою співчуття, ідей толерантності та прийняття відмінностей.

2. Інформувати, сприяти організації акцій і допомагати у конкретних ситуаціях, в незалежності від того, чи це участь у долі соціально незахищеної людини, чи «корисна» для суспільства інформація про проекти.

Соціальна журналістика неодноразово стає платформою для діалогу між різними соціальними групами. Журналісти можуть діяти в інтересах суспільства, працюючи з різними галузями. Наприклад часто саме соціальне ЗМІ співпрацюючи з владою допомагає розв'язати конфлікт спричинений однією людиною, що загрожує безпеці та життю інших людей.

Саме завдяки соціальній журналістиці суспільство може розвиватися. ЗМІ є важливим інформаційним ресурсом, яке може допомогти людині орієнтувати в багатоаспектній реальності. Розуміння співучасті у контексті соціальної журналістики – це беззаперечна спрямованість на співробітництво журналіста чи будь-кого іншого, що бере за мету налагодження зв'язків між людьми і політиками, комунальними, благодійними, державними, громадськими, приватними інститутами або вирішення вузьких соціальних питань, також заохочення суспільства до самостійного вирішення проблем.

Дана взаємодія передбачає двох суб'єктів: суспільство та професійна діяльність. Основними соціальними темами виступають: насилля, торгівля людьми, експлуатація людської праці, різні види залежностей, порушення прав людини на ґрунті расизму, сексизму, ейджизму, ейблізму, гомофобії, а також бідність, дискримінація (за статтю, сексуальною орієнтацією, позитивним ВІЛ-статусом) [34]. Суб'єктами в соціальній журналістиці виступають: люди з інвалідністю, національні меншини, засуджені, люди з розладами психіки, літні люди, жінки, мігранти, члени ЛГБТК+ спільноти, сироти, люди з неблагополучних сімей.

Отже, соціальна журналістика – функціонально, предметно і технологічно – це окрема галузь журналістської практики, головна місія якої – формувати цивілізоване суспільство і нести ідеї прийняття та гуманності в маси. Об'єкт соціальної журналістики – це взаємодія, і цей аспект не може розширюватися чи звужуватися, змінюватися чи спрощуватися, бо це призведе до конфлікту

соціальної галузі та журналістики. Головними завданнями соціальної журналістики є надання повної об'єктивної та достовірної інформації для аудиторії, висвітлення проблем та пошуки варіантів їх вирішення, представлення інтересів різних соціальних груп і згладжування конфліктів між цими групами, розуміння соціального контексту у світі та передбачення змін, а отже вміння трансформуватися. Також, завданнями постають і вироблення соціальних технологій та моральної оцінки подій, організація дій, що передбачають втручання у соціум.

1.2. Шляхи реалізації проєктів соціальної журналістики в умовах сьогодення

Технологічний прорив у галузі комп'ютерних технологій вплинув на різні сфери професійної діяльності. Поява Інтернету, комп'ютерів, планшетів різних гаджетів, соціальних мереж, сприяла змінам і в галузі журналістики. Змінюється культура ідентичності, суспільство поділяється на «аналогове» і «цифрове» покоління [28]. Поява Інтернету, зокрема соціальних мереж, кардинально змінила комунікацію людей і розширила її можливості. У таких змінах відслідковуємо, як позитивні, так і негативні наслідки. Позитивними наслідками є розширення комунікаційного поля для дискусій і ширший доступ до різної інформації. Водночас негативними наслідками цифровізації є поява неякісного контенту, розвиток екстреміських угруповань, поява нових методів маніпуляції людьми, тощо. Технологічні зміни відповідно вплинули і на журналістську галузь. Позитивними змінами ми можемо назвати зняття монополії на інформацію, відтепер журналіст може віднайти першоджерело в Інтернеті, і подати інформацію з нової точки зору. Також, робота журналіста значно полегшується, комунікація з експертами не завжди тепер потребує зустрічі, а брифінги уряду можна переглянути онлайн. Таким чином ефективність журналіста зросла, а його робота значно систематизувалася. Технологічний прогрес дає змогу бути в курсі різнопланових подій одночасно і не витратити час та ресурс на відрядження, поїздки в інший кінець міста чи потреба поговорити з

героєм матеріалу в іншому місті. Також, тут важливо відмітити вплив пандемії на розвиток журналістики, що кардинально відривається від знайомого нам шаблону. 70% опитаних журналістів в Іспанії вважають, що приблизно на третину ЗМІ стануть менш централізованими, виросте технічне оснащення і цифровізація ЗМІ в цілому. 13% вважають, що редакції взагалі скоро закриються, і всі будуть працювати з дому. Незважаючи на всі труднощі, 8 з 10 журналістів були готові продовжувати працювати з дому в будь-якому випадку [26]. Це говорить про те, що журналістика переходить в онлайн майже повністю, окрім окремих підрозділів та галузей. Негативним наслідком цифровізації є стрімке поширення дезінформації та фейкових новин, поява посередніх ЗМІ, швидка втрата актуальності інфо-приводу і боротьба за увагу аудиторії. Соціальні мережі стали найбільш популярним способом передачі інформації та поширенні інформації, тут люди можуть спілкуватися, завдяки алгоритмам знаходити людей зі схожими до своїх інтересами та об'єднуватися в групи.

Важливо розуміти, що в цифрову епоху ми можемо створити справді демократичну культуру, націлену на залучення всіх членів суспільства і реалізації всіх правових засад. Інтернет сприяв появі нового розуміння комунікації і засобів масової інформації зокрема. Соціальні ЗМІ та соціальні мережі дозволяють знаходити щоразу нові форми комунікації та взаємодії з аудиторією. Фейсбук, Твіттер, Інстаграм, Ютуб, КлубХаус та багато інших полегшують обмін інформацією та досвідами між великою кількістю людей, передачу новин, коментарів, а також обговорення подій і залучення до проблематики нової аудиторії, увагу якої раніше привернути було набагато складніше. Соціальні мережі створюють нові платформи для обговорення. Журналістська галузь розширилася такими сферами як блогерство та громадська журналістика. Традиційна професійна журналістика спирається на нові соціальні інструменти, які являють собою соціальні медіа. Пошук інформації, збору фактів і розповсюдження матеріалів знаходять нові канали. Майже всі медіа в Україні та світі використовують платформи соціальних мереж для розповсюдження та залучення аудиторії. Це питання реалізується навіть глибше, ніж здається на

перший погляд, адже основний органічний трафік медіа приходить саме із соціальних мереж, зокрема Facebook. Фундаментальні права людини на свободу вираження думки та доступу до інформації, а також свободу роботи засобів масової інформації, реалізуються та захищаються новими технологіями комунікацій. Ці права більше не є привілеями окремих ЗМІ, а розповсюджуються на всі он-лайнні та традиційні форми журналістики. Унеможлиблюються також існування привілейованих прав в залежності від методу виробництва і передачі інформації [25].

Соціальні засоби інформації та соціальні мережі докорінно змінили способи створення новин і методи, завдяки яким, аудиторія отримує доступ до них. На роботу ЗМІ вплив здійснюється мінімум у трьох напрямках: як інструмент для пошуку, як інструмент створення матеріалів журналістами і як отримання та доступ до інформації. Здійснення цих фундаментальних прав журналістами і громадянами також ґрунтується на безперешкодному доступі до Інтернету [37].

В цьому випадку реалізація дефініції «соціальна журналістика» розширюється до використання інтернету та мобільних технологій, як метод трансформації комунікації в інтерактивний діалог. Цей інтерактивний діалог здійснюється завдяки групі інтернет-ресурсів, що засновані на технологічному та ідеологічному фундаменті Web 2.0., який дає змогу створювати контент, призначений для користувача, та обмінюватися ним. Завдяки цьому повному доступу, соціальна журналістика певною мірою змінює способи діалогу між організаціями, спільнотами, а також окремими людьми чи групами. Таким чином, соціальна журналістика реалізується у найрізноманітніших форматах: діджитал-журнали, блоги, форуми, відеоблоги, онлайн-шоу, подкасти, фотографії, відео, сайти, інтерактивні дошки, тощо. Таким чином, соціальні мережі включаються у поняття соціальної журналістики. Застосунки для блогів виконують функцію, що задовольняє особисте спілкування, проте водночас є платформою для розповсюдження новин і проведення журналістських

розслідувань, соціологічних опитувань, аналізу настрою аудиторії, донесення інформації за допомогою різноманітних форматів.

Ці форми не виключають зі способів комунікації традиційні форми: друковані журнали, газети, програми на телебаченні чи радіо. А навпаки, взаємодоповнюють одне одного. Адже варто говорити про соціальну журналістику як про мультимедійну журналістику. Друга дає можливість подавати інформацію в багатовимірному та багатоканальному форматі [42].

Інтернет та мобільні технології стоять у центрі ставлення аудиторії до інформації та способів її споживання. Соціальна журналістика як одна з перших повинна розуміти ці процеси і змінювати тактику з огляду на потреби. Водночас, соціальна журналістика повинна будувати запит, певною мірою передбачати його. Соціальна журналістика займається просвітництвом. Просвітництво як явище є нейтральним, але залежно, хто цим інструментом користується, таких рис воно і набуває. Масова культура характерна певним принципом: суспільству презентується потреба, про яку вони навіть не думали, і пропонується її задовольнити. У системі постійних маніпуляцій, соціальній журналістиці потрібно вміти використовувати всі доступні інструменти, щоб розвивати у суспільства гуманні ідеї та критичне сприйняття дійсності.

Для реалізації проєктів соціальної журналістики існує безліч шляхів, тобто мультिकанальність, про яку ми говорили вище. Але для цього журналісти також повинні в нових умовах вчитися роботи якісний контент. Адже, коли ми говоримо про нові шляхи комунікації, ми не виключаємо з цього переліку традиційні формати. Мультिकанальність дає змогу поєднувати формати і таким чином охоплювати ширшу аудиторію, знаходити нових читачів там, де вони цього навіть не чекали і не шукали.

На прикладі проєкту «Кімната», у цій роботі ми спробуємо пояснити як поєднати друкований часопис з технологічною складовою. Але для цього потрібно спершу розібрати дефініцію «часопис». У парадигмі тлумачень, часопис є тим самим, що і газета. З іншого боку, ми підходимо до пояснення «часопису» як періодичного друкованого видання у вигляді книги, журналу.

Часопис певною мірою у сучасному розумінні є феноменом. Тому, для персонального використання, часопис постає як друковане видання з ілюстраціями та історіями аналітичного, публіцистичного та художнього жанрів. У друкованого видання може бути також сайт чи сторінка у соціальних мережах, які стануть візитівкою часопису та за допомогою яких можна буде здійснювати промоцію.

У даному випадку, журналіст повинен мати універсальні навички, окрім вміння створювати якісні тексти, але й вміти використовувати анімацію, розуміти принципи роботи соціальних мереж та їх цільову аудиторію, писати анотації та пости для соціальних мереж і реалізовувати одну і ту ж історію в різних формах, щоб ефективно залучити різну аудиторію. Наприклад, інтернет-ресурсами користується молода, активна аудиторія, якій не потрібно приходити за контентом кудись в інше місце, щоб почитати історію. Водночас, соціальні мережі працюють за алгоритмами, тому матеріали побачать лише ті, хто вже раніше цікавився даною тематикою. Тому, тут традиційна журналістика має важливу актуальну рису. Певною мірою, традиційна журналістика не залишає вибору, що дивитися чи читати, а сама пропонує своїй аудиторії, що споживати [7].

Адаптація інструментів допомагає передати інформацію всеохопно, торкнутися різних питань або передати емоцію. Наприклад, коли ми створюємо статтю, то повинні розуміти, що на її прочитання читач повинен виділити час. Щоб зацікавити його прочитати матеріал, потрібно інтегрувати у взаємодію додаткові інструменти. Наприклад, використовуючи соціальну мережу Інстаграм, написавши пост-вступ до статті, де коротко розповісти про проблематику чи героїв, які фігуруватимуть у конкретному матеріалі. А також додати фотографії цих героїв чи доступну для розуміння інфографіку, що візуалізуватиме статистику. Так читач зацікавиться і захоче дізнатися більше.

Вагомою відмінністю між традиційною та мультимедійною журналістикою є те, що в традиційній журналістиці з єдиним джерелом середовище нав'язується історії, тоді як у мультимедійній – історія нав'язує

середовище [16]. Тому найважливіше в такому випадку обрати відповідну платформу для матеріалів та взаємодії. Або, як у нашому випадку, поєднати декілька платформ. Багатоканальність дає змогу не просто публікувати матеріали, а сприяє тому, що після виходу матеріалу, ситуація не залишається непоміченою. І цей процес дає змогу сказати, що одне із завдань соціального журналіста, виконана.

Важливим прогресом для соціальної журналістики є те, що зараз реакцію аудиторії на статтю можна отримати миттєво. Навіть, якщо ця стаття вийшла у друкованому форматі, її промоція в Інтернеті дає змогу організувати обговорення вже на онлайн-майданчику, в коментарях під постом чи у прямому ефірі.

Також, тепер журналісти мають готові інструменти для аналізу популярності цих постів і розуміння, яка тематика подобається аудиторії більше, яка викликає конфлікт між соціальними групами.

Зараз аудиторія є першоджерелом інформації. Вона може бути пасивним, коли журналісти читають блоги та соціальні мережі. Так і активним, наприклад, через різноманітні проекти UGC (контенту, що виробляють користувачі) [12]. Це допомагає краще зрозуміти суспільство, які проблеми його хвилюють. Надалі цю інформацію можна використовувати у створенні матеріалів чи соціальних проєктів.

Мультиканальне мовлення повинне бути не лише набором функцій, які просто доступні завдяки технологіям, а й ефективним мовленням, ціллю і прагненням якого залишається функція інформування, фільтру, привернення уваги до проблеми, залучення аудиторії до спільного виробництва і споживання [11].

Коли соціальне медіа переходить на мультиканальне мовлення, воно повинно пам'ятати про:

1. Головне – сформувати навколо медіа спільноту, а не аудиторію. Це мають бути люди, які прийдуть і залишаться читати медіа завдяки його якісному контенту і вироблятимуть його як онлайн-співавтори.

2. Головне – користувачі, а не рекламодавці чи інвестори. Контент від рекламодавців чи спонсорів повинен відповідати вашим цінностям, етичним стандартам та конституції медіа. Партнерські матеріали не повинні викликати конфлікту з основним контентом соціального медіа.

3. Головне – ставлення, а не кількість. Окрім якісного контенту, медіа повинно спілкувати з аудиторією, бути відкритим і реагувати на запити читачів.

4. Головне – якість, а не кількість. Потрібно пам'ятати, що за увагу читачів потрібно боротися. Тому соціальним медіа потрібно писати «повільні новини», додаючи до них коментарі експертів, аналітику, пропонувати іноземний досвід та можливі рішення для наших реалій.

5. Головне – праця на благо суспільства, а не отримання прибутку. Монетизацію медіа можна організувати різними способами: гранти, донати та партнерська реклама. Проте, усе це повинно гармонійно поєднуватися з принципами медіа.

6. Головне – соціальний капітал, а не фінансовий. Основою соціального капіталу є довіра до контенту та медіа в цілому, визнання експертності, визнання журналістів, зв'язки з правозахисними організаціями.

7. Головне – членство, а не підписка. Ті, хто вкладають гроші у медіа, наприклад акціонери, підтримують місію видання, яке слугує інтересам суспільства [13].

Соціальні медіа відіграють важливу роль у революціонізації новин. Звичайні громадяни часто повідомляють про страшні історії за допомогою відеороликів, фото, публікацій у соціальних мережах та інформації в режимі реального часу. Місія соціальної журналістики реагувати на ці події.

Отже, шляхи реалізації проектів соціальної журналістики охоплюють і традиційну, і онлайн журналістику. Це поєднання називають мультिकанальністю, яка в умовах сьогодення є важливим процесом розвитку та комунікації медіа зі своєю аудиторією. Мультिकанальність охоплює використання соціальних мереж, мультимедійну журналістику, традиційні форми журналістики і контент, створений користувачами. Шляхи реалізації

можуть бути різними, проте поєднання декількох форм дає змогу працювати з аудиторією у режимі реального часу. Аудиторія може коментувати, завірусити гостру проблему, знайти однодумців, і запропонувати нові шляхи вирішення проблеми. Поєднання різних шляхів реалізації соціальної журналістики відкриває нові способи для розповіді історії, завдяки таким компонентам: фото, відео, фізичний журнал, відео, інфографіка. Залучення більшої кількості платформ, де публікується матеріал або анон до нього, дає змогу знайти нову аудиторію, заглибитися у неї та завдяки цьому створювати нові якісні матеріали. При цьому, журналісти повинні пам'ятати про головні етичні принципи та відповідальність, яку вони несуть перед суспільством.

1.3 Соціальні проекти про права людини як спосіб комунікації з суспільством.

Соціальне проектування – це форма діяльності, яка має безпосередній вплив на розвиток соціальної сфери, організації соціальної праці, подолання різноманітних соціальних проблем [31]. Досвід багатьох країн ілюструє, що така діяльність справді має великий вплив на суспільство.

Люди виступають суб'єктом історичного процесу, тобто мають здатність змінювати хід подій. Теоретично цей процес ми називаємо «соціальною суб'єктністю». Під «соціальною суб'єктністю» ми розуміємо спроможність суспільства, чи соціальних груп, виступати як діяч, творець соціальної реальності. Ілюструє ці процеси налагодження суспільних відносин або їх руйнування, або в інших різноманітних формах соціальної діяльності.

Соціальна суб'єктність стає формою життєдіяльності відповідно до соціальних умов і несе в собі ознаки прийнятих у суспільстві моделей поведінки [10]. Соціальна поведінка надзвичайно різноманітна, якщо дивитися на це, як на серію подій. Проте це число є досить обмеженим життєвими концепціями – ставлення до життя, загальні моделі соціальної поведінки.

Людське життя поділяється на два рівні, один – це світ людей і речей, а інший – світ цінностей і норм.

Права людини – це поєднання і світу людей, і світу цінностей. Тобто це певна грань, яка межує між цими двома світами. Теоретично «правами людини» ми називаємо комплекс свобод і юридичних можливостей, обумовлених існуванням людини в суспільстві. Право виступає мірою свободи і зміст його в тому, щоб узгодити свободу окремої людини зі свободою інших членів суспільства, дотримуючись принципу рівності. Право виступає як засобом забезпечення свободи, так і істотним засобом обмеження неузгоджених з суспільними потребами і уявленнями людей про добро і справедливість рівня свободи й обсягу влади. Встановлювані заборони й обмеження повинні бути доцільними з погляду гарантій свободи, а отже, і справедливими.

В Україні права людини регулюються Конституцією України. Зокрема, йдеться про другий розділ «Права, свободи і обов'язки людини і громадянина». Конституційні права і свободи гарантуються і не можуть бути скасовані [29]. Зокрема, ми звертаємо уваги на статтю 21 другого розділу Конституції, де зазначається, що всі люди є вільні і рівні у своїй гідності та правах, а права і свободи людини є невідчужуваними та непорушними [29].

Система прав і свобод людини охоплює економічні, соціальні, політичні, екологічні, культурні, громадянські та особисті права і свободи громадян. Усі ці права передбачені Конституцією.

Економічні права — це можливості людини реалізувати свої здібності і здобувати засоби для існування, беручи участь у виробництві матеріальних та інших благ. А також, володіти майном, займатися підприємницькою діяльністю, користуватися природними та суспільними об'єктами, право на працю та відпочинок, право на інтелектуальну власність, право на належні умови праці та зарплату, право на страйк чи мітинг з метою захисту економічних і соціальних інтересів.

Соціальні права — можливість людини і громадянина по забезпеченню належних соціальних умов життя та на соціальний захист. Зокрема, право на житло, достатній рівень життя для себе та своєї родини, одяг, їжу, право на соціальний захист, охорону здоров'я, медичну допомогу та страхування. Також,

тут регулюється питання шлюбу, яке повинно базувалися лише на особистій та вільній згоді жінки і чоловіка, і питання рівних прав дітей, незалежно від походження, а насилля над дітьми переслідується законом.

Екологічні права — права людини на безпечне екологічне середовище. Це право на чисте повітря, землю, воду і продукти харчування, вільний доступ до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення.

Культурні права — можливості збереження і розвитку своїх духовних інтересів і здібностей, індивідуального образу та національної самобутності. Громадянам гарантується свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, їхніх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності.

Політичні та громадянські права — можливості дійсного народовладдя, створення таких взаємовідносин влади і людини, при яких влада виражає інтереси людини, система правовідносин що ґрунтуються на взаєморозумінні і взаємодії органів влади і громадянина. Зокрема тут йдеться про право на свободу думки, слова, світогляду і віросповідань, брати участь у громадському і державному житті, вносити пропозиції про поліпшення роботи державних органів, їх службових осіб і об'єднань громадян, критикувати недоліки в роботі, безпосередньо брати участь в різних об'єднаннях громадян, брати участь в управлінні державними справами, всеукраїнському та місцевих референдумах, вільно обирати і бути обраним, право мирно збиратись без зброї і проводити збори, мітинги, походи і демонстрації, правом направляти звернення або особисто звертатись до органів влади і місцевого самоврядування та посадових осіб, правом на інформацію.

Особисті права і свободи людини — юридичні можливості фізичного, духовного та інтелектуального існування людей як особистостей.

1. Кожна людина має невід'ємне право на життя.
2. Кожен має право на повагу до його гідності.

3. Кожна людина має право на свободу та особисту недоторканність [29].

Соціальний захист — система суспільно-економічних заходів, спрямованих на матеріальне забезпечення населення від соціальних ризиків (хвороба, інвалідність, старість, втрата годувальника, безробіття, нещасний випадок на виробництві тощо). Певний соціальний захист виконує соціальна журналістика. Першим ділом вона працює як інформатор та рупор для того, щоб зробити проблему видимою та почутою в суспільстві. Окрім, функції інформування, соціальна журналістика пропонує шляхи вирішення проблеми, тобто і тут вона надає певний соціальний захист людині чи конкретній спільноті. Дієвим інструментом соціальної журналістики є соціальні проекти.

Соціально важливий проект – це один із шляхів розвитку громадянського суспільства [19]. Він долучає до розробки і прийняття рішень суспільство. Основне спрямування соціально важливого проекту є подолання суспільних проблем. Більш поширеною формою вирішення проблеми, соціальні проекти стали через бездіяльність та ігнорування громадськості чи державної, місцевої влади. Саме тому соціальні проекти виступають інструментом вирішення соціальних незгод.

Соціальні проекти не обмежуються форматами, вони можуть реалізовуватися як винятковоцифрові, так і друковані. Також, у теперішньому світі найчастіше соціальні проекти реалізовані одразу у двох чи трьох форматах, наприклад відео формат, сторінка у соціальних мережах і друковане видання. Соціальні проекти – це велика та об'ємна робота, тому рідко, коли над ними працює одним чи два журналіста. Часто, крім журналістів, над проектом працюють також активісти, психологи, правозахисники і навіть юристи [43]. Це потрібно, для того, щоб розглянути проблему з різних сторін та запропонувати оптимальне рішення. Також, часто при інтерв'юванні, людина, яка ділиться своєю історією, потребує присутності психолога, який може допомогти впоратися з емоціями.

Соціальні проекти торкаються таких галузей життя, як:

1. Проблеми багатодітних, малозабезпечених, неблагополучних сімей чи сімей, що опинилися у складних обставинах;
2. Дії спрямовані на розвиток інститутів громадянського суспільства, підвищення громадської активності;
3. Покращення міського середовища;
4. Проблеми екології, захист флори і фауни, промоція екологічного способу життя;
5. Просвітницька та освітня діяльність;
6. Допомога при надзвичайних ситуаціях: техногенні екологічні, природні катастрофи;
7. Розвиток мистецтва та культури;
8. Проблеми доступності охорони здоров'я;
9. Допомога вразливим групам населення: людям похилого віку, безпритульним людям, ЛГБТІК+ спільноті, сиротам;
10. Боротьба з екстремізмом, подолання міжнаціональної ворожнечі;
11. Фізична культура і спорт;
12. Молодіжні рухи [10].

Створення успішного соціального проєкту поділяється на шість етапів. Перший етап передбачає розробку ідеї соціального проєкту. Творці проєкту обирають одну галузь суспільного життя, яку хочуть дослідити, в якій обізнані і до яких проблем хочуть привернути увагу соціуму. Другий етап — планування. На цьому етапі автори шукають підтвердження чи спростування своєї гіпотези, шукають джерела, де черпатимуть інформацію та людей, які стануть героями проєкту. Також це етап передбачає детальне планування роботи над проєктом, розподілення ролей між авторами. Третій етап — мета проєкту. Тут творці мають зрозуміти, навіщо вони створюють цей соціальний проєкт і якого результату хочуть досягти. На четвертому етапі — формується остаточна команда. Тут потрібно зрозуміти вже, якого масштабу буде ваш соціальний проєкт і від цього відштовхуватися, при формуванні команди. Шукати дизайнерів, ілюстраторів, журналістів, SMM-ників, маркетологів, відеомейкерів (за потреби), тощо. П'ятий

етап передбачає формування бюджету. А на шостому етапі готовий соціальний проєкт важливо презентувати для ЗМІ. Це допоможе залучити велику аудиторію, сформуванню впізнаваність та презентувати проблему для широкого загалу [35].

Фінансування соціального проєкту може здійснюватися різними шляхами. Наприклад, гранти від правозахисних чи активістських організацій, або підтримка міжнародних чи українських фондів, або донати від аудиторії, або залучення медійних партнерів. Також, формами фінансування може виступати волонтерська допомога або державна підтримка.

Отже, соціальний проєкт — це проєкт, що спрямований на вирішення суспільних проблем, підвищення якості життя дітей/молоді/людей з інвалідністю, національних меншин, незахищених соціальних верств. Соціальні проєкти підіймають важливі соціальні проблеми і створюють інфопривід для їх обговорення, дискурсу на масовому рівні. Також, такі проєкти пропонують підходи до вирішення проблеми.

Соціальні проєкти про права людини — це проєкти, головна мета яких, привернення уваги до порушення прав соціальних груп чи однієї конкретної людини, а також інформування суспільство про права та свободи, які є невід'ємними, незаперечними та фундаментальними. Права людини в Україні закріплені Конституцією і є також незаперечними у їх виконанні і засуджуються за їхнє порушення.

1.4. Ревізія соціальних проєктів, що висвітлюють питання порушення прав людини в суспільно-політичних і соціально-побутових аспектах – їх роль і значення (приклади)

Щоб краще розглянути та зрозуміти наше завдання, варто звернутися до практичних прикладів соціальних проєктів. Вибірка проєктів буде мультимедійною, ми не прив'язуватимемося до одного формату, а досліджуватимемо різні форми комунікації з суспільством про соціальні проблеми. Зокрема, нас цікавлять проєкти, які розглядають питання прав людини в загальному контексті, прав жінок, а також ті, які стосуються проблем і

порушенням прав ЛГБТІК+ спільноти. Перший соціальний проєкт – це онлайн-платформа Update про права людини, ініціативи, практики, спільноти та проблеми, з якими люди стикаються кожного дня. Update обговорює незручні теми для суспільства, порушує загальноприйняті стереотипні табу. Зокрема, видання пише на такі теми як права жінок і їх роль в суспільстві, ЛГБТІК+ спільнота, права дітей, секс, освіта, стереотипи і моделі поведінки людини, психологічне здоров'я, права людей з ментальними проблемами, стосунки з тілом, екологія, повага до різноманіття.

«Ми хочемо, щоб наше місто було доступними, чистим і комфортними, а простір навколо нас – доброзичливим і безпечним», – розповідають у редакції [44].

Соціальне медіа Update поділяється на чотири основних розділи: життя, історії, експлейнери, подкасти.

Другий соціальний проєкт – це «Марафон видимості лесбійок» від видання «Гендер в деталях», який проводився в інстаграмі під час міжнародного тижня видимості лесбійок з 26 квітня до 2 травня. Мета проєкту: зробити лесбійок більш помітними в суспільстві і всередині жіночого й ЛГБТІК+ рухів.

«Марафон роблять різні люди. Ми не вважаємо дискримінацію «чиєюсь проблемою». Дискримінаційне суспільство — токсичне для всіх, тому побудова рівноправного щасливого світу — спільне завдання. Солідарність і підтримка — важливі. Хочемо наголосити: всі жінки — різні, але всі однаково цінні. «Її проблема» — наша проблема», – розповідають організатори марафону [17].

Проблем лесбійок, які виділяють у цьому соціальному проєкті:

1. Лесбійки зазнають подвійної стигми — як жінки і як гомосексуальні люди;
2. Здебільшого не говорять відкрито про те, хто вони, оскільки зіштовхуються з осудом, приниженнями, неприйняттям, агресією;
3. Суспільна гомофобія призводить до внутрішньої або інтерналізованої гомофобії, коли виникає почуття сорому за те, ким ти є;

4. В Україні лесбійки не можуть укласти офіційний шлюб/партнерство, а отже — оформити спільне майно, отримати спадщину коханої, розподілити опіку над дітьми;

5. Буденний візит до гінеколога може стати проблемою. Адцк постає питання, що відповісти про сексуальне життя, щоб не почали лікувати від гомосексуальності;

6. Коли у лесбійок є діти, потрібно постійно відповідати на питання «де тато», і вигадувати правдоподібні пояснення, хто ж ця друга жінка, яка приходить забирати дитину з дитсадка/школи;

7. Родини лесбійок інколи не приймають доньок настільки, що намагаються «вилікувати», у тому числі побоями і «корекційними» згвалтуваннями»;

Важливою думкою, яку доносять організатори марафону, є те, що видимість допомагає суспільству сприйняти факт існування меншини. З чим неможливо не погодитися, адже лише видимість ЛГБТК+ спільноти дає змогу говорити про їхні проблеми, потреби і доступ до прав.

«Існує багато книжок про виховання дітей та материнські страхи, але про лесбійок там не пишуть. Ба, більше, ми щодня стикаємося з купою зовнішніх та внутрішніх упереджень. Ми змушені деконання суспільства, батьківської родини та свої власні про те, що ми не зможемо стати гарними матерями наших дітей. Та дехто ними вже є! Тож давайте поговоримо про це», – розповідає одна з героїнь прямого ефіру на тему «Лесбійки та їхні сім'ї» відкрита лесбійка і мама підлітка Анна Шариніга [17].

Марафон видимості лесбійок відбувався в інстаграмі в закритому акаунті. Щоб долучитися до марафону, потрібно було підписатися на 32 людини. Тоді вас додавали до Марафону. Усі лекції та зустрічі відбувалися онлайн у форматі прямого-ефіру, який зберігали, щоб можна було подивитися у будь-який момент.

Також, у цій вибірці варто сказати про прямий ефір «Юридична консультація. Права і проблеми лесбійок в Україні», де взяли участь дві спікерки: Анастасія Бондаренко — консультантка з юридичних питань проекту Мережа

параюристів ГО Альянс.Глобал, та Христина Кіт — голова Асоціації жінок-юристок України «ЮрФем». Вони говорили про дискримінацію лесбійок як жінок і як гомосексуальних людей, та яким чином від неї захиститись, про типові юридичні проблеми лесбійок:

- оформлення спільного майна, спадщини;
- доступ в реанімацію до близьких людей;
- опіка над дітьми;
- інститут цивільного партнерства, тощо [15].

Третій соціальний проєкт присвячений домашньому насиллю над жінками та порушенням прав жінок. «Фонд Маша» Маші Єфросиніної спільно з Інститутом когнітивного моделювання і Товариством Червоного Хреста України запустили Viber-канал STOP ABUSE UKRAINE. Це спільнота, де публікуються різні матеріали на тему прав жінок, про токсичні та аб'юзивні стосунки, як розпізнати такі стосунки і в голо просити допомоги. Цей проєкт став одним із кроків у всеукраїнській глобальній кампанії з протидії домашньому насильству.

«З його допомогою у нас з'явилася можливість інформувати величезна кількість людей (більша частина населення використовує саме цей месенджер) про те, за якими телефонами потрібно звертатися за кваліфікованою допомогою, що робити, якщо ви страждаєте від насильства прямо зараз, як розпізнати, що ви перебуваєте в токсичних відносинах, і багато іншого», – розповідає Маша Єфросиніна [18].

Також, одним із підпроєктів, які передували Viber-канал, була онлайн-платформа «Мені здається», де жертви є жертви домашнього насильства розповідають свої історії. Будь-хто тут може анонімно написати свою чи близької людини історію, попросити пораду, а також отримати допомогу психологів чи відповідних організацій. На підтримку та промоцію цього онлайн-щоденника, Маша Єфросиніна зняла відео, де вона розповіла, що в Україні щороку від домашнього насилля страждає близько 1,8 млн людей, значна частина з них – це жінки та діти. Щоб помістити всіх потерпілих потрібно 25 стадіонів «Олімпійський», що у Києві.

На Viber-канал STOP ABUSE UKRAINE станом на середину травня 2021 року підписалося вже понад три тисячі людей .

Четвертий проєкт – це подкаст про права людини «Спільні знаменники», що є ініціативою видання The Ukrainians та Освітнього центру з прав людини у Львові. У подкасті поет, журналіст, радіоведучий, культурний менеджер і півзасновник «Радіо Сковорода» та «The Ukrainians» Володимир Беглов говорить про те, чого стосуються права людини і чому це важливо. Гендерна рівність, проблема домашнього насильства, права ЛГБТІК+ спільноти, дітей, людей з інвалідністю, міжнародна дипломатія — це стосується кожного і кожної. Для різних епізодів запрошують різноманітних співрозмовників, які розповідають про своє життя і чому тема прав людини стала частиною їх історії.

«Замість сперечатися — шукаємо спільних знаменників. Замість повчати — пояснюємо. Права людини прописані в законах, конвенціях, деклараціях. Однак світ досі сперечається», – додають творці подкасту [44].

У подкасті вже вийшло дев'ять епізодів, де поговорили про гідність, рівність та ненависть, видимість людей з інвалідністю, права жінок, активізм, українське правосуддя і праворадикалізм.

Говорячи про п'ятий проєкт ми повертаємося до теми прав лесбійок в Україні, але не можемо про нього не згадати, адже він близький по формату до моєї проєктої роботи. Це український лесбійський часопис «Лезо», який запустила журналістка Катерина Семчук. Це друкований самвидав, де розповідають про історію лесбійського руху в Україні, права лесбійок, проблеми прийняття сексуальної орієнтації, камінг-аут, лесбофобію та гомофобію в цілому.

«Але ми не просто обговорюємо нетерпимість та нетолерантність до різних ідентичностей жінок, а й перш за все наш зв'язок із власною сексуальністю, паралельно до двох світів в яких ми живемо одночасно — ЛГБТІК+ та гетеросексуального», – розповідає головна редакторка часопису Катерина Семчук [42].

Проект реалізується за підтримки фонду Rosa Luxemburg Stiftung в Україні, а медіапартнером виступає видання «Політична критика». Випуски не є регулярними, але щоразу порушується нова тема, де різні жінки, здебільшого лесбійки, розповідають про свій власний досвід. Також, сюди залучаються журналісти та копірайтери, які пишуть аналітичні статті, досліджуючи проблеми з різних боків. Таким чином, окрема тематика одного номеру розкривається всебічно. На даний момент, вийшло лише п'ять номерів «Лезо», присвячений сампфіричним жінкам, лесбійському сексі, гомофобії та лесбофобії, лесбійській ідентичності в Україні.

Отже, досліджуючи соціальні проекти на тему прав людини, жінок та ЛГБТК+ спільноти, ми зрозуміли, що кожен з них націлений на мультимедіальність та реалізується в найрізноманітніших форматах. Кожен із цих форматів охоплює свою аудиторію і є впізнаваним у медійному світі. При роботі над соціальним проектом варто пам'ятати, що теми, які ви хочете підіймати вимагають багатогранного підходу та роботу з фахівцями різних галузей. Ключовим чинником є аналітичний підхід, розуміння своєї цільової аудиторії і трепетне відношення до теми, яку підіймаєте.

Висновки до розділу 1

Отже, соціальна журналістика – це доволі нове та феноменальне поняття у традиційній журналістиці. Соціальна журналістика несе відповідальність перед суспільством і формує у соціумі поняття толерантності, гуманності та прийняття. Головним завданням цієї галузі є побудова стабільних відносин між соціальними групами і вирішення, навіть передбачення, конфліктів між окремими групами чи особами. Здебільшого соціальна журналістика висвітлює проблеми соціально-незахищених верств населення, але водночас намагається створити платформу для конструктивного діалогу.

У центрі соціальної журналістики перебуває людина, її потреби, проблеми та права. В Україні права та свободи громадянина регулює Конституція України.

А роль соціальної журналістики, вказувати на порушення цих прав, доносити інформацію і до суспільства, і до державних органів, які уповноважені регулювати ці питання.

Під категорії соціальних ЗМІ підпадають майже всі медіа, окрім хіба що агітаційних матеріалів політиків, курсів акцій, тощо. Тому що насправді немає соціальних чи несоціальних ЗМІ. Проте, соціальна журналістика як галузь, частіше за все реалізується у проєктах, нішових медіа та мультиканальних форматах. У цифрову епоху соціальна журналістика може переймати, як і традиційні форми: друковані журнали, газети, програми на телебаченні чи радіо, так і використовувати онлайн-формати, наприклад соціальні мережі, такі як Фейсбук, Твіттер, Інстаграм, Ютуб, КлаюХаус, тощо.

Нові технології комунікацій дозволяють соціальній журналістиці захищати і реалізувати фундаментальні права людини на свободу вираження думки та доступу до інформації.

Таким чином, комунікаційна функція соціальної журналістики реалізується у різних форматах, які дозволяють знаходити та спілкуватися зі своєю аудиторією як оффлайн, так і онлайн. Що забезпечує комунікацію у безперервному режимі.

Соціальні мережі для соціальної журналістики дозволяють не лише здійснювати промоцію проєктів, але й комунікувати з кожним читачем особисто, проводити соціологічні опитування, вивчати настрої людей та розуміти, що хвилює аудиторію в конкретний момент найбільше.

Соціальна журналістика безумовно звертається до прав і свобод людини, які закріплені в Конституції України, а також у Міжнародному праві. Проте, у цій дипломній роботі ми зосередилися на правах українського громадянина. Зокрема, важливими у цій роботі декілька статей з Конституції: наприклад, стаття 21 другого розділу, де зазначається, що всі люди є вільні і рівні у своїй гідності та правах, а права і свободи людини є невідчужуваними та непорушними.

Система прав і свобод людини охоплює економічні, соціальні, політичні, екологічні, культурні, громадянські та особисті права і свободи громадян. Усі ці права передбачені Конституцією.

РОЗДІЛ 2

СТВОРЕННЯ ЧАСОПISУ «КІМНАТА» НА ПРИКЛАДІ ПЕРШОГО ВИПУСКУ, ПРИСВЯЧЕНОГО ТЕМІ ПРАВ ЛГБТІК+ СПІЛЬНОТИ

2.1. Аналіз порушення прав ЛГБТІК+ спільноти в Україні та його застосування до створення власного часопису

Порушенням прав людини називають дискримінацією. За теоретичним визначенням, дискримінація – це несправедливе розрізнення у ставленні до людей на підставі їхньої дійсної чи уявної приналежності до певної соціальної групи чи на підставі дійсних або уявних біологічних, фізичних чи соціальних ознак. Бувають різні форми дискримінації, починаючи від обмеженого доступу до освіти, охорони здоров'я, працевлаштування, до булінгу, фізичного насилля та іншого роду цькування [14]. І хоч всі права та свободи людини, незалежно від її приналежності до соціальної групи, прописані Конституцією і регулюється законом, проте на практичному досвіді, це не так працює. Люди, що належать до дискримінаційних груп, також можуть бути позбавлені права брати участь в громадському житті, вільно створювати об'єднання та організації, сповідувати свою релігію та зберігати свої культурні особливості.

У нашому соціальному проєкті ми зосередимо увагу на порушення прав ЛГБТІК+ спільноти в Україні. За Конституцією України, першого розділу, статтею 3, зазначається, що людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю [29]. Але чи справді це так, якщо говорити на прикладі однієї соціальної групи, іншими словами, національної меншини? Якщо звернутися до «Шкали Олпорта», яка аналізує рівень упередженості та дискримінації у суспільстві у 5 рівнів градації, значка частка українського суспільства досягла майже п'ятого рівня, що називають фазою «знищення», коли одна більшість прагне фізично знищити меншість. Говорячи про цю шкалу варто сказати, що четвертий рівень – це фізичне насилля. Таке відношення в Україні часто помітне під час прайдів, нападів у центрі столиці або в інших містах, напади під час фейкових побачень або навіть участь у цьому поліції [20]. Інші рівні також проявляються, наприклад третій рівень - дискримінація, стало наче побутовим явищем, про яке з осудом говорять лише громадські, правозахисні організації або окремі соціальні групи. Але давайте проаналізуємо конкретні порушення прав ЛГБТІК+ спільноти в Україні на законодавчому і суспільному рівні.

Більшість, якщо не всі проблеми ЛГБТІК+ спільноти в Україні, виникають через гетеронормативність соціуму. Ідеальна модель якого, це взаємодія чоловіка і жінки, та їх гетеросексуальна орієнтація. Лікарі, медичні працівники, юристи, адвокати, представники сфери обслуговування, політики та освітяни часто не сприймають тих, хто перебуває за межами цієї «норми». Тобто соціум орієнтований лине на потреби гетеросексуальних людей, а не на потреби гомосексуальних чи бісексуальних людей. Права ЛГБТІК+ спільноти порушуються саме на ґрунті їх сексуальної орієнтації чи гендерної ідентичності. Зокрема порушуються:

1. Право на охорону здоров'я. Часто, представники ЛГБТІК+ спільноти змушені приховувати свою сексуальну орієнтацію, щоб не піддаватися дискримінації зі сторони лікарів. Особливо критичною ситуацією є надання допомоги у галузі сексуального чи психологічного здоров'я.

2. Право на шлюб. Одностатеві пари в Україні не мають жодного юридичного права, документу і визнання. Вони не можуть взяти шлюб, оформити партнерських договір, всиновити дітей, оформити новонароджену дитину на обох мам чи тат. Немає доступу партнера чи партнерки у лікарню, через не визнаний статус як дружини чи чоловіка.

3. Право на житло і роботу. У підлітковому віці, батьки можуть вигнати дитину з дому, коли дізнаються про її орієнтацію. Також, виникають проблеми при оренді житла, якщо пара, наприклад, геїв чи лесбійок хочуть почати жити разом, але про їх особисте життя дізнаються орендодавці. Дискримінація на роботі також популярна практика. Часто роботодавці звільняють своїх працівників, коли стає відомо про їх орієнтацію або лише підбурюють дискримінацію в середині колективу. Трансгендерним людям вкрай важко знайти роботу через невідповідність їхньої зовнішності документам, що посвідчують особу.

4. Право на особисту безпеку. За останні роки насилля та агресія до ЛГБТІК+ спільноти значно зросла. У 2019 році зафіксовано 369 випадків насилля над представниками ЛГБТІК+ спільноти.

5. Право на особисте життя. Можливість займатися сексом без загрози покарання зовсім не означає, що права людини дотримані. Стосунки представникам ЛГБТІК+ спільноти потрібно або приховувати, або бути готовими зазнавати постійної дискримінації зі сторони суспільства. Жертвувати хорошими відносинами з друзями, сім'єю, робочим колективом.

6. Право на законний захист. В Українському законодавстві немає законів, які регулюють злочини на ґрунті ненависті, дискримінацію за сесуальною орієнтацією чи гендерною ідентичністю. Ці злочини щодо представника ЛГБТІК+ спільноти можуть розглядатися як хуліганство, крадіжка, збройний напад. Проте, такі справи не сприймаються поліцією серйозно і майже ніколи не доходять до суду.

7. Право на недоторкану людську гідність. Гомофобія, дискримінація, насилля – все це зазіхання на людську гідність. Постійний булінг, цькування,

осуд, з якими стикаються представники ЛГБТІК+ спільноти впливає на їхнє життя, здоров'я, благополуччя та психологічний стан. Гетеронормативне суспільство не звертає увагу на потреби гомосексуальної і бісексуальної спільноти і не враховує їх при будівництві суспільних устроїв [34].

Отже, порушенні будь-якого з вище перерахованих прав, це пряме зазіхання на основоположне право людини - право на життя. Нам важливо про це сказати, адже представники соціально незахищених верств населення найчастіше стають героями гучних заголовків про смерть, самогубства чи вчинення шкоди самому собі. Суспільний тиск ми розглядаємо як в розрізі однієї конкретної людини, так і в розрізі соціальної групи. Якщо говорити про групу загалом, складається мимовільне враження, що порушення цих прав не є настільки катастрофічним, ніж про це розповідають. Але якщо говорити про одну людину, яка через свою сексуальну орієнтацію чи гендерну ідентичність, зазнає дискримінації у роботі, освіті, охороні здоров'я та суспільно-побутовому і політичному житті, наслідки можуть бути незворотніми.

2.2. Репрезентація ЛГБТІК+ спільноти крізь призму проблем, з якими вони стикаються у повсякденному житті у соціальному часописі.

У правозахисному часописі «КІМНАТА», на прикладі першого випуску присвяченого правам ЛГБТІК+ спільноти ми розглянули питання порушення прав людини на прикладі реальних історій людей. Представники ЛГБТІК+ спільноти з різних галузей роботи, областей України та різного віку, розповіли нам, з якими порушеннями прав вони стикалися і стикаються досі. Зокрема, нас цікавили ті порушеннями, які ми перераховували у першому підпункті другого розділу цієї дипломної роботи. На наш погляд порушення цих прав охоплюють велику кількість аспектів життя і до їх вирішення можна підійти з різних сторін. Як правозахисне видання ми беремо відповідальність за оприлюднення цієї інформації, а також, зберігаємо анонімність за проханням людей.

Настя, 27 роки, лесбійка.

Я відкрита лесбійка. Бути чесною з суспільством для мене в першу чергу означає буду чесною з собою, тому я не приховую того, що вже 5 років перебуваю у стосунках зі своєю партнеркою Юлею. Бути відкритою лесбійкою в Україні – це щоденно стикатися з труднощами, перепонами та дискримінацією. Нещодавно на плановому огляді у гінекологині мені довелося знову відстоювати себе, бо коли вона спитали про мої статеві стосунки, я відповіла як є, що моя партнерка – дівчина, і далі по питанням про наші сексуальні практики. Лікарка відреагувала з осудом. Вона почала мені розповідати про те, що мені досить «гратися», бо все це не є нормальним і корисним для жіночого здоров'я і що я неодмінно зіткнуся з серйозними хворобами та онкологією. Хоча не одне з зазначених нею суджень не є істинним і підтвердженим науковими фактами, а лише стереотипними байками, тим не менш вона вважала нормальною таку свою поведінку.

Олег, 36 років, гей.

Я графічний дизайнер, а ще я гей. Зараз працюю на фрілансі віддалено, але кілька років тому займав посаду у великому рекламному агентстві, в моєму місті. На самому початку я вважав за краще не говорити про своє особисте життя, а й «замикати себе в шафі» теж хотів. Я нічого поганого не роблю, так чому я повинен приховувати щось? Якимось я розповів про свою орієнтацію одному колезі, з яким на той момент у мене були непогані приятельські стосунки. Ми спілкувалися про плани на новий рік, і я поділився тим, що їду в Карпати зі своїм хлопцем. Мій колега відреагував нормально, у всякому разі виду не подав, але вже на наступний день він сильно відсторонився, а до вечора того ж дня про мою орієнтацію вже знала велика частина співробітників офісу. Хтось відносився нейтрально, деякі дозволяли собі висловлювати гомофобні жарти в мою сторону, велика частина вважала за краще ігнорувати моє існування, хоча до цього були дуже привітними. Я не реагував на подібну дикість, але ситуація була неприємною. Через пару днів мене викликав директор на розмову. Він сказав, що я хороший фахівець, але важливо також піклується про атмосферу в колективі і до таких, як я, люди ще не готові, тому він запропонував мені звільнення за

згодою обох сторін. Я відмовився, проте протягом наступних двох тижнів я весь час отримував зауваження, зазнавав цькування і мене позбавили позбавлення премії, хоча до цього до мене претензій не було взагалі. Продовжувати перебувати в такій атмосфері я не хотів, тому через 2 тижні погодився підписати заяву за згодою сторін.

Кирил, 25 років, гей.

Два роки тому я познайомився зі Стасом, і ми почали зустрічатися. Прийняти свою орієнтацію було непросто, так як все моє оточення було настільки гомофобним, що мені було навіть страшно думати, що я є тим, кого всі в моєму колі спілкування так ненавиділи. Я пробував зустрічатися з дівчатами, але не відчував в цих відносинах ні комфорту, ні радості. І тільки зустрівши Стаса, я ніби нарешті відчув себе повноцінним і нормальним. Геї в Україні позбавлені можливості ходити на повноцінні побачення без загрози для життя і здоров'я. Ми не могли триматися за руки на прогулянці, піти разом на корпоратив або сімейне свято. Вся наша романтика і ніжність були приречені перебувати за «закритими дверима», тому через рік ми вирішили з'їхатися і почали шукати квартиру в оренду. У нашому місті Полтава безліч оголошень про здачі квартири для пари, але кожен раз, коли ми приходили дивитися вподобані варіанти, нам говорили, що двом хлопцям не здадуть. Причини називали різні: від того, що тут хороший ремонт, а ми почнемо організовувати гулянки і будемо без кінця водити нових дівчат, до заяв про те, що це дивно, коли два хлопці хочуть разом жити, вони шукають більш надійних наймачів. А коли ми відкрито говорили про те, що ми пара, і нікого водити не збираємося, просто шукаємо собі комфортні умови для життя, то нам прямо відповідали, що такого тут не треба і не буде. Щоб зняти житло нам було потрібно немало часу, нервів і придумати легенду, яка влаштує орендодавців. Ми не хочемо обманювати, це бридко в першу чергу нам самим, але відсутність законів, які захищали б наші права, і гомофобне суспільство не залишають нам вибору.

Стас, 31 рік, бісексуал.

Я – військовослужбовець, служив в зоні ООС, а ще я бісексуал, перебуваю у стосунках зі своїм хлопцем Дімою. Свою орієнтацію на службі тримав у таємниці, тому що не хотів мати справу з цькуванням. Я пишаюся тим, що служив і при потребі повернуся на фронт знову. Та я розумію, наскільки не захищеними є наші стосунки у порівнянні з гетеросексуальними сім'ями. На фронті стільки ж ЛГБТІК+ людей, як і в звичайному цивільному суспільстві. Існує об'єднання військових ЛГБТІК+ і ми знаємо випадки, коли один з партнерів загинув, а інший залишається один без пілг та соціальних гарантій. Одностатеві пари не можуть в Україні зареєструвати шлюб, тож для держави «нас» як партнерів не існує. Зокрема, хочу перелічити статті Закону України, які не розповсюджуються на сім'ї військових ЛГБТІК+ та їхніх дітей: безоплатна медична допомога у військово-медичних закладах охорони здоров'я; одноразова грошова допомога у випадку смерті, інвалідності або часткової втрати працездатності; грошова допомога на оздоровлення та державна допомога сім'ям з дітьми; допомога родині у проведенні похорону; санаторно-курортне лікування; 50% знижка плати за користування житлом та плати за комунальні послуги; тощо. Всі ці питання тривожать і мене, і моїх друзів військових ЛГБТІК+.

2.3. Формат сторітелінгу та друку, як спосіб комунікації з аудиторією

У моєму правозахисному часописі «КІМНАТА» основними засобами комунікації виступає сторітелінг та друк. Під сторітелінгом я розумію вид комунікації за допомогою тексту різного формату, форм. Сторітелінгом можна назвати, як публіцистичну статтю, так і коротке висловлювання або цитата з фільму, книги чи Конституції України. Ці різні формати я використовую для привернення уваги аудиторії та подання інформації, що ілюструє проблему з різних сторін. Сторітелінг — це наука, без якої не обійтися: у професійному та повсякденному житті ми щодня розказуємо історії, чуємо їх та хочемо бути почутими. Історії — це універсальна мова, що зрозуміла кожному, якщо знати, як правильно її використовувати [38]. За іншим визначення, сторітелінг — це

мистецтво розповідати історії з метою навчання, керування шляхом донесення змісту повідомлення за допомогою спеціальної методики [28].

В історії важливо, щоб читач міг порівняти себе з героєм і відчутти його зміни. Тому, кожна сторінка мого часопису розповідатиме якусь історію. Наприклад, це може бути історія людини, яка зіткнулася з дискримінацією через свою сексуальну орієнтацію. А ще, це може бути фрагмент з Конституції України, який розповідає про основоположне людське право, яке не може бути порушене. І в першому, і в другому форматі, є історія, яка торкає читача. У створенні мого часопису, це одне з головних правил.

У своїй роботі я використовувала декілька правил:

- Декілька історій навколо однієї проблеми;
- Одна історія, яка розкриває декілька проблем;
- Коротка історія, яка різко переривається, і продовжується вже з нового погляду;
- Починаємо історію з кінця;
- Порівняння (наприклад соціальних груп, як спосіб пояснити привілейованість однієї групи і порушення прав іншої);
- Використання візуальних елементів: фото, ілюстрації, інфографіка.

Сторітелінг чудово підходить для часопису «КІМНАТА», адже саме цей формат допоможе привернути увагу до проблем ЛГБТІК+ спільноти, перейнятися їхнім болем та переживанням, що, своєю чергою, допоможе приймати інших ЛГБТІК+ людей у майбутньому.

Створення друкованого часопису — це спосіб комунікувати з аудиторією там, де вона нас не шукає. Наприклад, у кав'ярнях, громадських організаціях, виставках, благодійних акціях, книжкових магазинах та газетних кіосках. Друк у цьому випадку дає змогу привернути увагу своєю обкладинкою та змістом. Якщо онлайн-проект потребує популяризації у соціальних мережах, інших ЗМІ, то друкований журналі можна популяризувати, фізично контактуючи з аудиторією. Друкований часопис дає змогу доторкнутися до історії, стати її частиною. Часопис — це друковане періодичне видання у вигляді книжки, тобто те саме,

що й журнал [3]. Я обрала формат часопису, тому що він може містити статті або реферативні відомості, огляди з різноманітних суспільно-політичних, виробничих, наукових питань, літературно-художні твори. Статті в журналі, в порівнянні з газетою, більшого обсягу, мають постійну рубрикацію. Часопис — це ілюстровані видання, мають ширшу тематику, ніж газета. Тобто часопис дає змогу мені, як творцю проєкта, не обмежуватися у форматах, але водночас вимагає певну структуру та періодичність.

Часопис «КІМНАТА» матиме декілька сталих рубрик, але вони не визначатимуться категорично:

1. Історії;
2. Цікаві факти;
3. Статистика;
4. Натхнення.

Кожна рубрика не виділятиметься конкретними сторінками, а наче перериватиме одна одну, задля ширшого розкриття конкретної теми чи проблеми. Періодичність видання планується раз на два місяці. Кожен випуск буде присвячений іншій темі: права ЛГБТІК+ спільноти, права жінок, права ромів, права біженців, права національних меншин, проблеми расизму, тощо. Звісно, кожна з цих тем є широкою, але формат часопису дає змогу повертатися до цих тем протягом наступних випусків з певною періодичністю.

Отже, я обрала часопис, а не журнал, тому що він не вимагає відкритої реклами на сторінках видання, може поєднувати у собі різні форми сторітелінгу, від художніх творів до журналістських репортажів, і гармонійно це в собі поєднувати. Сторітелінг виступає у моєму проєкті, як інструмент розповіді історії і залучення аудиторії до співпереживання і вирішення проблем.

2.4. Шляхи реалізації проєкту в мультиканальному середовищі

Порушення прав і свобод ЛГБТІК+ спільноти є гострою соціальною проблемою в Україні. Вирішення цих проблем потребує не одного року роботи як на законодавчому, так і на суспільному рівні. Соціальний друкований проєкт

«КІМНАТА» є спробою працювати з суспільством, незважаючи на його агресивне ставлення до ЛГБТІК+ спільноти. Це спроба створити міст або іншими словами кімнату, тобто безпечне середовище для різних думок, комунікації між соціальними групами і налагодження конструктивного діалогу. Тому друкований часопис «КІМНАТА» реалізовуватиметься двома способами:

1. Друковане періодичне видання;
2. Створення профілю у таких соціальних мережах як Інстаграм.

У планах друковане видання поширювати серед книжкових магазинів, кав'ярень, ресторацій, громадських організацій, книжкових фестивалів, виставках сучасного мистецтва і навіть музеях. Промоція часопису відбуватиметься завдяки публікаціям анонсів нових випусків у ЗМІ, колаборації з громадськими організаціями, безкоштовне розповсюдження у бібліотеках чи коворкінгах. Також, продаж та презентація проекту може відбуватися на фестивалях, наприклад Kurazh, Зелений театр в Одесі або Книжковий Арсенал у Києві. Продаж випусків здійснюватиметься у таких магазинах, як Всі Свої, UA Made, Штуки, Щось цікаве. Ці магазини представлені у різних містах України. Розповсюджуватимуть ці видання серед громадських організацій, наприклад KyivPride, NGO Insight, Гей Альянс, Gender Z, QueerHome, тощо. Також, є можливість організувати співпрацю з Одеським художнім музеєм, адже вони є інклюзивними та відкритими до співпраці та спільних проєктів.

Інших шлях реалізації та промоції часопису «КІМНАТА» — це створення сторінки в Інстаграмі. Цей формат слугуватиме, як спосіб комунікації з аудиторією та залучення нових читачів. В інстаграмі планую розміщувати анонси нових випусків, короткі уривки з матеріалів у випусках, цікаву інформацію та короткі новини у темі прав людини з України та світу, шукатимуть авторів та героїв для матеріалів, а також проводитимуть прямі ефіри, соціальні опитування.

Соціальні мережі для друкованого часопису потрібні ще й тому, що у період пандемії, фізичні магазини не завжди можуть бути ефективною

платформою для продажу і розповсюдження. Тому як план Б, через Інстаграм можна буде також замовити свіжий чи попередній випуск.

Отже, читаючи фізичний примірник, людина стає частиною проблеми, яка потребує вирішення. Тому друкований періодичний часопис є ефективною формою залучення аудиторії та привернення уваги громадськості. А використання соціальних мереж для просування та комунікації з аудиторією дозволить проєкту бути актуальними навіть у період, коли новий випуск ще не вийшов. Цей формат відповідає основній цінності та цілі проєкту – створення мосту, безпечної території, відкритого простору для комунікації між соціальними групами та спільного пошуку рішення, домовленості. Це міст між людьми і для людей.

Висновки до розділу 2

Отже, за Конституцією України першого розділу, статтею 3, зазначається, що людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю. Але говорячи про порушення прав ЛГБТІК+ спільноти в Україні складно уявити, що це справді так. Майже усі проблеми, утиски та дискримінацію, ЛГБТІК+ спільнота зазнає через гетеронормативність суспільства. Зокрема, порушуються такі права ЛГБТІК+ спільноти як: право на охорону здоров'я, що реалізується через дискримінаційне поводження з хворим у лікарні чи на прийомі у спеціаліста, потреба відстоювати свою сексуальну орієнтацію та гендерну ідентичність, відмова партнеру чи партнерці відвідувати хворого у лікарні, тощо; право на шлюб, що охоплюють право на усиновлення дітей, майнові питання та питання спадку; право на житло і роботу, де ми розуміємо дискримінацію та звільнення, або труднощі з орендою квартири; право на особисту безпеку, яке порушується через гомофобні настрої у суспільстві, злочини на ґрунті ненависті, побиття та адміністративні порушення; право на законний захист, яке не реалізується у розгляді справ, що стосуються ЛГБТІК+ людини, яка зазнала цькування; право на недоторкану

людську гідність, зокрема, дискримінація суспільством, постійні утиски, осуд та булінг.

Порушення прав ЛГБТІК+ спільноти не регулюються і не захищаються законодавством. Досліджуючи цю тематику, ми розуміємо, що попри те, що в Україні немає прямої заборони на особисте життя людей, водночас це питання ніяк не розглядається, якщо виникають якісь проблеми.

Передумовами створення часопису «КІМНАТА» є систематичне порушення прав і свобод ЛГБТІК+ спільноти в Україні. Зокрема, я роблю акцент на порушеннях, які зазначила вище, через призму реальних історій людей. Порушення цих прав торкається різних аспектів життя і потребують різнобічного аналізу та підходу до їх вирішення. Тому, головною мотивацією до створення часопису «КІМНАТА» стало бажання створити міст, іншими словами безпечний простір, де представники різних соціальних груп, зокрема ЛГБТІК+ спільнота зможуть обговорити свої проблеми, а також заручитися підтримкою аудиторії.

Реалізація цього проекту також побудована на всебічному залученні суспільства до обговорення цих проблем. Тому я обрала мультимедійний формат, який поєднує у собі риси традиційної журналістики – це друковане видання, і формат онлайн медіа – створення сторінки у соціальній мережі Інстаграм.

На мою думку, це дозволить комунікувати з аудиторією, і знаходити нових читачів там, де вони не шукають нас. Наприклад поширювати часопис у кав'ярні, бібліотеки, коворкінги. Також створювати колаборації з брендами та громадськими організаціями, брати участь у фестивалях, виставках. Проте, в умовах пандемії ще більш актуальним стає промоція проекту у соціальних мережах. Яка стане для мене платформою продажу, комунікації з аудиторією, залучення нових читачів. Також, сторінка в Інстаграмі дозволить проводити соціальні опитування, бути актуальним у періоди, коли новий випуск часопису, ще не надрукований, реагувати на актуальні питання та проблеми, які хвилюють суспільство тут і зараз.

ВИСНОВКИ

Отже, у ході дослідження було детально вивчено соціальну журналістику, як інструмент впливу на суспільство. Ми зрозуміли, що головне завдання соціальної журналістики не нашкодити своїй аудиторії. Також, у роботі обґрунтовано використання мультिकанальності під час створення соціальних проєктів, які поєднують у собі традиційні форми журналістики та нові цифрові формати. Розглянувши основні критерії, дійшли висновку, що головною мотивацією соціальної журналістики та основним об'єктом роботи є людина, і як окремий індивід, і як частина суспільства. У своїй роботі соціальна журналістика регулює відносини особи з суспільством, залагоджує конфлікти та сприяє покращенню ситуації, базуючись не лише на законодавстві, але й на міжнародних нормах. Соціальна журналістика виховує суспільство, сприяє розвитку толерантності, гуманності та прийняття.

Завдяки аналізу правозахисних соціальних медіа та проєктів, зрозуміли, що про порушення прав і свобод людини у ЗМІ все частіше починають говорити.

Зокрема, з'являються онлайн-медіа, онлайн-проекти, які націлені інформувати та толерувати суспільство в Україні. Також, такі проекти привертають увагу відомих особистостей, бізнесів, громадських організацій та фондів. Це говорить про те, що українське суспільство поступово звикає до розмов про соціально-незахищені групи, зокрема ЛГБТК+ спільноту, права жінок та ромів. Це позитивна тенденція, яка породжує надію, що суспільство трансформується.

У роботі визначено основні порушення прав ЛГБТК+ спільноти, їх специфіку та причини. Згідно, із зазначеною вище інформацією, права ЛГБТК+ спільноти порушуються у таких сферах життя як: робота, житло, охорона здоров'я, законний захист, людська гідність, недоторканість особистого життя, тощо. Ці складні питання потребують не лише висвітлення, але створення платформи для діалогу між соціальними групами, державними установами та окремими індивідуумами. Тому, задля репрезентації порушення цих прав, у часописі «КІМНАТА» звучатимуть реальні історії людей, які стикалися з різними порушеннями прав.

У ході роботи було розглянути передумови створення проекту, розроблено концепцію, детально розписано план реалізації часопису та принципи використання мультимедіального формату. Герої матеріалів поділилися відвертими історіями, а я, як представниця журналістики, запевнила про дотримання їхньої анонімності. Це говорить про те, що люди хочуть говорити про проблеми, але через гомофобні настрої суспільства, не завжди готові розкривати свою особистість і зазнавати додаткових утисків. Розуміючи ці страхи, мій проєкт претендує на розгляд проблем крізь різні призми, починаючи від реальних історій, закінчуючи важливими новинами та фактами із українських реалій та законодавства.

У роботі над проєктом виділяється два важливих формати: сторітелінг та друкований формат. Сторітелінг – це універсальна мова, зрозуміла кожному, якщо знати, як правильно її використовувати. Сторітелінгом називаю як статті, так і окремі виноски, новини та цитати з книг або фільмів. Саме сторітелінг допоможе привернути увагу до проблем ЛГБТК+ спільноти, перейнятися їхнім

бодем та переживанням, що, своєю чергою, допоможе приймати інших ЛГБТК+ людей у майбутньому. Водночас, друкований формат дає змогу знаходити аудиторію там, де читачі нас не шукали. Тобто, він забезпечує фізичний контакт та ефект впізнаваності. Друкований формат передбачає використання верстки, фото, ілюстрацій, інфографік. Всі ці інструменти лише допомагають привертати увагу до проблеми. Візуальна і текстова подача створюють ефект цілісності та вагомості.

Дипломний проєкт зверстаний, надрукований та готовий до подальшої популяризації. Промоція може здійснювати у будь-яких онлайн та офлайн форматах, які суміжні із заданою тематикою. Зокрема, розповсюдження може здійснювати як і в онлайн публікаціях у ЗМІ, телеграм-канал, на інстаграм сторінках, так і на фестивалях, зустрічах, лекціях, панельних дискусіях, івентів. Готовий до друку варіант офлайн-формату підготовлено та показано у презентації дипломного проєкту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дзялошинский И. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. Москва: Престиж, 2006. 104с.
2. Дзялошинский И. Пресса третьего сектора или социальная журналистика? // Право знать: история, теория, практика. Москва, 2004. № 7/8. С. 42–47.
3. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Качкаевой. Москва: Аспект-Пресс, 2010. 200 с.
4. Лівін М. Сторітелінг для очей вух і серця. Київ : Наш формат, 2020. 184 с.
5. Махинин Г. Мультимедийность как фактор развития сетевых СМИ на современном этапе : дис. канд. філол. наук: 10.01.10. Київ, 2013. 245 с.
6. Фролова Т. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге. Москва: Пульс, 2003. 44 с.

7. Шендеровський К. та ін. Медіакомунікації та соціальні проблеми: зб.навч.-метод. матер. і наук. ст. : у 3 ч. / упоряд., ред. К.Шендеровський. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2012. Ч. 1. 288 с.
8. Шендеровський К. Передумови інституціалізації соціальних комунікацій у сфері вирішення соціальних проблем // Українське журналістикознавство. 2013. Вип. 14. С. 40-49.
9. Шендеровський К. Передумови соціальної компетентності медіапрацівників / за ред. В. Різуна. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2011. Т. 43. С. 89–95.
10. Ясавеев И. Г. Социальные проблемы: конструкционистское прочтение: хрестоматия / сост. Казань : Изд-во Казань ун-та, 2007. 275 с.
11. Allan S. OnlineNews. Journalism and the Internet. Bershire OpenUniversityPress, 2006. 216 p.
12. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001. 354 p.

Електронні ресурси

13. Амзина А., Галустян А., Гатова В., Кульчицкая Д., Лосева Н., Паранько С., Силантьева О. Как новые медиа изменили журналистику 2012– 2016. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/instrumentarij-i-navy-ki-zhurnalista/> (дата звернення: 08.05.2021).
14. Бедронь Р. Веселкова абетка, або (майже) все, що б ви хотіли знати про геїв та лесбійок. Київ. 2009. 154 с. URL: <https://gay.org.ua/publications/abc.pdf> (дата звернення: 14.05.2021).
15. Бондаренко А., Кіт Х., Юридична консультація. Права і проблеми лесбійок в Україні URL: <https://www.instagram.com/p/CONy7mQnPmu/> (дата звернення: 28.04.2021)
16. Вартанова Е. Новые медиа как фактор модернизации СМИ // Информационное общество. 2008. Вып. 5–6. С. 37–39. URL:

- <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8cc> (дата звернення: 07.05.2020).
17. Віттенберг К., Шаригіна А. Лесбійки та їхні сім'ї URL: <https://www.instagram.com/p/COQqqdZn422/> (дата звернення: 29.04.2021)
18. Галка Л. Stop abuse Ukraine: Маша Єфросініна запустила Viber-канал із протидії домашньому насильству URL: <https://bit.ua/2021/05/stop-abuse-ukraine/> (дата звернення: 07.05.2021)
19. Гант О. Социально значимый проект – что это такое? URL: <https://te-st.ru/2018/04/05/socially-significant-project-what-is-it> (дата звернення: 10.05.2020).
20. Горелов Д. Стан та проблеми ЛГБТ-руху в Україні. Аналітична записка URL: <http://old2.niss.gov.ua/articles/1206/> (дата звернення: 15.03.2018)
21. Джаррет К. Почему визуальный контакт имеет такую большую силу URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-fut-russian-46878661> (дата звернення: 17.05.2020).
22. Джеймс Б. 10 новых парадигм цифровой журналистики URL: <https://page.pe/Q7s8AQr> (дата звернення: 08.05.2020).
- 23.Єфросініна М. Кудя звонить/бежать, если вас бьет партнер или партнерша? URL: <https://www.instagram.com/p/CO0kigxp5BZ/> (дата звернення: 13.05.2021).
- 24.Зацепина И. Понятие социальных проблем и их отражение в масс-медиа URL: http://conference.osu.ru/assets/files/conf_reports/conf8/23.doc (дата звернення: 07.05.2020).
- 25.Кандиба І. Что такое новые медиа? URL: <http://moreintelligentweb.net/post/2003> (дата звернення: 08.05.2020).
- 26.Каррерас Т., Дель Фрео А. Европейские журналисты о влиянии пандемии на профессию URL: <https://jrnlst.ru/pandemic> (дата звернення: 12.05.2020).

27. Карякина К. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. 2010. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/524> (дата звернення: 08.05.2020).
28. Киреев П. Новые медиа в современном информационно-коммуникативном пространстве // Социология. 2010. № 2. С. 115–127. URL: <http://www.elib.bsu.by/bitstream/123456789/6338/1/pages%20from%20> (дата звернення: 08.05.2020).
29. Конституція України. Розділ 1,2 URL: <https://www.president.gov.ua/ua/documents/constitution/konstituciya-ukrayini-rozdil-i>
30. Краткий ситуационный анализ положения ЛГБТ в Украине. Обзор. СОС Netherlands, Центр социальных экспертиз ИС НАНУ, НА ГЛБ «ЛиГа». – К., 2012. – С. 35-36.
31. Луков В. Социальное проектирование URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/lukov.htm> (дата звернення: 09.05.2020).
32. Олешко В. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху? URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnayazhurnalistika> (дата звернення: 07.05.2020).
33. Пансексуалы и все-все-все: 19 типов сексуальности URL: <https://zza.delo.ua/know/panseksualy-i-vse-vse-vse-19-tipov-seksualnosti-345222/> (дата звернення: 16.05.2020).
34. Права человека, сексуальная ориентация и гендерная идентичность. URL: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/LTD/G11/141/96/PDF/G1114196.pdf?OpenElement>
35. Свідерська В. Я хочу створити соціальний проект. Із чого почати? URL: <https://studway.com.ua/socialniy-proekt/> (дата звернення: 11.05.2017).
36. Семенюк Г. Нові медіа: сутність, перспективи та загрози. URL: <http://www.newmedia.univ.kiev.ua/2010-11-02-12-33-08/40-2010-11-27-22-10-58/32-where-is-the-static-content> (дата звернення: 08.05.2020).

37. Снопченко Д. Журналістика епохи соціальних мереж: виклики та небезпеки URL: <https://ms.detector.media/kiberbezpeka/post/3647/2013-06-29-zhurnalistika-epokhi-sotsialnikh-merezh-vikliki-ta-nebezpeki/> (дата звернення: 08.05.2020).
38. Тодорова О. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=14130> (дата звернення: 17.05.2020).
39. Традиційна орієнтація. Міфи та факти щодо ЛГБТ. Видання друге, виправлене і перероблене. / Андрій Кравчук. Київ.: Центр «Наш світ», 2017. 78 с. URL: https://gay.org.ua/publications/traditional_orientation.pdf (дата звернення: 16.05.2020).
40. Шебетко А. «Идет война, а эти с флагами»: Украинские ЛГБТ на службе в зоне АТО URL: <https://birdinflight.com/ru/portret/20180608-lgbt-ato.html> (дата звернення: 10.05.2020).
41. Elmhurst College What is Multimedia Journalism? URL: <https://www.elmhurst.edu/blog/multimedia-journalism/> (дата звернення: 08.05.2020).
42. Lezo. Лесбійський самвидав URL: <https://www.instagram.com/lezozine/>
43. Periodismo Social. Qué es el periodismo social URL: www.periodismosocial.org.ar. (дата звернення: 07.05.2020).
44. The Ukrainians Radio. Спільні знаменники URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy80NGM1OWFjNC9wb2RjYXN0L3Jzcmw==>
45. Tony Rogers Understanding Citizen Journalism URL: <https://www.thoughtco.com/what-is-citizen-journalism-2073663> (дата звернення: 08.05.2020).
46. Update. Острые новости и безудержное веселье URL: <https://www.president.gov.ua/ua/documents/constitution/konstituciya-ukrayini-rozdil-i>

47. Western reserve public media Multimedia Journalist URL:
<https://westernreservepublicmedia.org/careers2/multimedia-journalist.htm>
(дата звернення: 08.05.2020).