

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри журналістики та  
мовної комунікації

\_\_\_\_\_ проф. Світлана ХАРЧЕНКО  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА

на тему:

**«ІНСТАГРАМ ПРОЄКТ ФОТОХУДОЖНИКА**

**«Я СФОТОГРАФУВАВ ВСЕ»**

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми  
доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Керівник дипломного проєкту бакалавра  
кандидат політичних наук, доцент

Денис РУДЕНЬ

Виконала

Тетяна РОКІТНА

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри журналістики  
та мовної комунікації

\_\_\_\_\_ Світлана ХАРЧЕНКО

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломного проекту бакалавра студенту

**Рокітної Тетяни Володимирівни**

Спеціальність 061 Журналістика

Тему дипломного проекту бакалавра: **«ІНСТАГРАМ ПРОЄКТ  
ФОТОХУДОЖНИКА «Я СФОТОГРАФУВАВ ВСЕ»**

затверджено наказом ректора НУБіП України від 27 січня 2025 р. № 90 «С».

Термін подання завершеної роботи на кафедру 01.05.2025

**Вихідні дані до дипломного проекту бакалавра:**

Джерелом дослідження слугували фотографічні матеріали в журналістиці та соціальних мережах, зокрема роботи фотокореспондентів та фотохудожників у Інстаграм. Застосовано такі методи: теоретичний, який дозволив систематизувати теоретичні матеріали щодо понять «фотожурналістика», «фотодокументалістика», «візуальний сторітелінг» в контексті сучасної журналістики; порівняльний, що сприяв узагальненню отриманої інформації; моніторинг Інстаграм-акаунтів професійних фотокореспондентів та тематичних фотопроектів.

**Перелік питань, які потрібно розробити:**

Джерелом дослідження слугували фотографічні матеріали в журналістиці та соціальних мережах, зокрема роботи фотокореспондентів та фотохудожників у Інстаграм. Застосовано такі методи: теоретичний, який дозволив систематизувати теоретичні матеріали щодо понять «фотожурналістика», «фотодокументалістика», «візуальний сторітелінг» в контексті сучасної журналістики; порівняльний, що сприяв узагальненню отриманої інформації; моніторинг Інстаграм-акаунтів професійних фотокореспондентів та тематичних фотопроектів.

Дата видачі завдання «01» жовтня 2024 р.

Керівник дипломного проекту бакалавра  
кандидат політичних наук, доцент

Денис РУДЕНЬ

Завдання прийняв до виконання

Тетяна РОКІТНА

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОТОГРАФІЧНОГО КОНТЕНТУ	
В ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	6
1.1 Роль та функції фотографічного супроводу журналістських матеріалів.....	6
1.2 Жанри журналістської фотографії.....	13
Висновки до розділу 1 .....	18
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ФОТОГРАФІЧНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ІЛЮСТРАЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ..	
2.1 Специфіка кореспондентської фотографії в діяльності журналіста.....	20
2.2 Аналіз використання жанрів фотографії в журналістській практиці.....	26
Висновки до розділу 2 .....	30
РОЗДІЛ 3. СТВОРЕННЯ ТЕМАТИЧНОГО ПРОЄКТУ ФОТОХУДОЖНИКА В ІНСТАГРАМ.....	
3.1 Особливості заснування Інстаграм проєкту.....	33
3.2 Цільова аудиторія та перспективи розвитку проєкту.....	37
Висновки до розділу 3.....	40
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42
ДОДАТКИ .....	46

## ВСТУП

Сучасний медіапростір неможливо уявити без фотографічного контенту. Візуальні матеріали не лише доповнюють журналістські тексти, а й виконують самостійну комунікативну функцію, впливаючи на сприйняття аудиторії. З розвитком цифрових технологій та соціальних мереж фотографія стала не просто способом фіксації подій, а потужним інструментом впливу, формування громадської думки та самовираження митців.

Інстаграм є однією з ключових платформ для поширення фотографічного контенту, зокрема у сфері фотожурналістики та документальної фотографії. Завдяки широким можливостям для візуального сторітелінгу та активному залученню аудиторії він став популярним серед фотографів, журналістів і творчих особистостей. Особливий інтерес викликають тематичні фотопроєкти, які демонструють авторське бачення світу та пропонують унікальні способи взаємодії з підписниками.

На шляху до професійного фотокореспондента людина проходить кілька етапів, під час яких здобуває навички і оволодіває техніками фотографування в різних жанрах. Завершальним етапом у формування фотографа, який продовжує фотографувати як професійна діяльність, є як раз робота в жанрі кореспондентської фотографії.

Проєкт «Я сфотографував все» покликаний дослідити можливості Інстаграм як платформи для візуальної розповіді цього шляху становлення фотокореспондента.

**Актуальність** цього дослідження зумовлена зростаючим значенням фотоконтенту в журналістиці та необхідністю аналізу методів його створення та поширення.

**Метою** роботи є дослідження теоретичних і методичних засад створення фотографічного контенту в журналістиці та практична реалізація Інстаграм-проєкту фотохудожника.

Для досягнення цієї мети у роботі ставляться такі завдання:

- розглянути роль і функції фотографічного супроводу журналістських матеріалів;
- проаналізувати жанри журналістської фотографії та їх особливості;
- визначити специфіку створення кореспондентських фотографій;
- дослідити використання різних жанрів у журналістській практиці;
- розробити концепцію та стратегію ведення Інстаграм-проєкту фотохудожника;
- визначити цільову аудиторію та перспективи розвитку проєкту.

**Об'єктом дослідження** є фотографічний контент у журналістиці та соціальних мережах.

**Предмет дослідження** – становлення фотоаматора фотокореспондентом з використанням Інстаграм-проєкту «Я сфотографував все».

**Практична значущість роботи** полягає у розробці рекомендацій щодо ведення тематичних фотопроектів у соціальних мережах, що може бути корисним для журналістів, фотографів та медіаменеджерів.

Структурно дослідження складається з трьох розділів. У першому розділі розглядаються теоретичні засади використання фотографії в журналістиці, її функції та жанрова специфіка. Другий розділ присвячений методичним аспектам створення фотографічних матеріалів, аналізу жанрів та особливостей кореспондентської фотографії. У третьому розділі представлено процес створення та розвитку Інстаграм-проєкту, визначено його цільову аудиторію та перспективи.

Таким чином, ця робота охоплює як теоретичні аспекти використання фотографії в журналістиці, так і практичний досвід ведення тематичного Інстаграм-проєкту.

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОТОГРАФІЧНОГО КОНТЕНТУ В ЖУРНАЛІСТИЦІ

### 1.1 Роль та функції фотографічного супроводу журналістських матеріалів

Важливість фотоілюстрацій як візуального супроводу журналістських текстів фактично одразу після винаходу фотографії усвідомили періодичні засоби масової інформації, а в наш час до них доєдналися інтернет-видання. Сьогодні важко уявити бодай одну газету, журнал, онлайн-видання, котрі не використовували б світлин під час верстання журналістських матеріалів. І навіть більше, фотоілюстрації в сучасних ЗМІ відіграють доволі важливу роль, оскільки самі по собі дають аудиторії візуальну інформацію.

Однак видавці, журналісти й читачі не завжди задумуються над тим, що передувало фіксації певної події, явища чи факту, і не усвідомлюють того, що фотографічний світогляд не завжди відображає послідовність і взаємозв'язок між явищами, надаючи їм певної таємничості й багатозначності. На підставі однієї світлини не завжди можна зрозуміти, що ж було до і що сталося після того, як фотограф зафіксував частину реальності. За твердженням Сюзанни Зонтаг, «мудрість, вміщена в фотографічному зображенні, промовляє до нас: «Така поверхня, а тепер думайте, відчувайте, пізнавайте за допомогою інтуїції те, що лежить за її межами. Вираховуйте, якою має бути реальність за такої поверхні» [1].

Часто без текстового супроводу фотографічний матеріал не є вичерпним джерелом інформації. Більш того, споживачі інформації звикли до парадигми, коли фотографії доповнюють, ілюструють, підкреслюють, наповнюють фактами текст новини чи публікації. Разом з тим, іноді фотографія може ставати джерелом інформації. Як стверджує уже згадувана Сюзанна Зонтаг, «наші знання, засвоєні на фотографічних зображеннях, можуть справляти певний вплив на нашу свідомість, совість; але фотографічне пізнання приречене завжди дотримуватися сентиментального характеру –

гуманістичного або цинічного. Пізнання, основане на фотографії, – це лише видимість пізнання, мудрості, так само, як процес фотографування, – видимість надбання, псевдоволодіння зафіксованою річчю, явищем, людиною» [1].

На перший погляд, світлини надають неспростовуваний доказ того, що зображені на фотоплівці люди чи події жили, відбувалися, відбуваються чи житимуть й відбуватимуться і надалі. Саме тому будь-яка фотографія сприймається як найдетальніше зображення фактів видимої дійсності порівняно з будь-яким іншим зображенням (живописом, скульптурою). Проте насправді взаємовідносини між фотографією і реальністю такі самі, як між мистецтвом і правдою загалом.

Отже, «фотографія - парадоксальна. Беручи участь у всесвітній комунікації, вона, з одного боку, демонструє нам те, що є непристойним, одночасно стверджуючи, що саме це і є реальністю, оскільки світлина існує вже тут і негайно» [1]. Справді, навіть коли фотографи прагнуть найдетальніше відтворити життєві явища, вони, безумовно, свідомо чи несвідомо, керуються власними смаками чи імперативами своєї совісті. Навіть вибір певної експозиції підпорядковує об'єкт фотографування певним стандартам, притаманним тому чи іншому способу бачення. Швидкий розвиток технічних пристроїв, поява цифрових фотоапаратів - нове випробування для фотожурналістів. Із вдосконаленням технічних пристроїв та розвитком цифрових технологій достовірність і автентичність світлин стають суперечливим явищем. На думку Філіпа Лаба, «цифрова технологія дозволяє вносити зміни так само легко, як і натискати на кнопку спуску затвора. Будь-який елемент фотографії можна поліпшити, змінити чи додати. І що ще гірше: маніпулювання цифровими зображеннями практично неможливо виявити»[2].

Нові фотоапарати та щоденна необхідність знімати різноманітні сюжети - від кримінальних подій і політичних заходів до подій світового мірила - дає фотографу чудову можливість проявити швидкість реакції в побудові композиції.

Технології можуть і докорінно змінити зафіксовану в кадрі дійсність як простим ретушуванням, так і складнішим фотомонтажем. Цифрові технології дають змогу маніпулювати дійсністю. Особливо з появою та розвитком інструментів штучного інтелекту. Нема жодних виправдань роботі фотожурналістів, які вдаються до зрежисованих кадрів, оплати за ексклюзив чи за доступ до інформації, фотографування й публікації світлин осіб, які відмовилися бути в кадрі[1].

Окрім технічного прогресу, негативно на сучасній фотожурналістиці позначається і фінансовий чинник. Чимало редакцій в Україні та в світі відмовляються від штатних фотографів, надаючи перевагу фрілансерам, які можуть запропонувати необхідну для ілюстрації тексту світлину. А в таких людей часто немає ні професійної підготовки, ні елементарних знань моральноетичних засад роботи журналіста. І тут проблема переходить уже в іншу площину. З появою цифрових фотокамер, вмонтованих у корпус телефона, проілюструвати ту чи іншу подію може будь-хто, від працівника редакції до випадкового перехожого, який вчасно опинився в певному місці. Сучасні реалії вимагають від фотокореспондента насамперед оперативності. Часто різні події подають тільки з поверхневим візуальним оформленням, оскільки в фотокореспондента бракує часу, знань, досвіду на опрацювання глибини сюжету. Дедалі менше редакцій замовляють у майстрів фотосправи світлини на складні теми, які потребують тривалої й належної підготовки.

За оперативністю конкурувати з очевидцями події сьогодні не може жоден фотожурналіст, якщо лишень випадково не опиниться в потрібному місці, а от за рівнем художньої майстерності, умінням компоувати кадр – цілком. Відтак новинарна і подієва журналістика майже повністю перейшла у поле діяльності аматорів, а професійним фотографам залишається можливість дивувати аудиторію художнім рівнем. За таких обставин знижується рівень фотожурналістики загалом [1].

Новинарні фотографії стають одноманітними, шаблонними, передбачуваними й малозмістовними без супровідного тексту, а художнім

знімкам немає місця на шпальтах газет, журналів, інтернетпорталів. Нинішній процес суцільного фотографування і відбору «кращих» кадрів призводить до того, що друковані видання заповнені однотипними конвеєрними знімками, за якими не завжди роботу професійного фотографа відрізниш від руки початківця.

Часто, аби зекономити на оплаті праці фотокореспондента, редакції видань купують цифрову фототехніку і видають її будь-якому штатному журналісту, який вирушає на пошуки інформації, мотивуючи це тим, що, описуючи подію, явище чи особу, він сам і відзніме світлини, необхідні для свого майбутнього матеріалу. Але журналіст, який створює хороші тексти, не завжди є й талановитим фотографом, до того ж поєднання двох спеціалізацій може негативно позначитися на якості майбутньої публікації.

Редакціям також варто пам'ятати, що фотокореспонденти часто «вигорають» на своїй професії. Оскільки вона, безперечно, відноситься до творчих професій, то й набір посадових інструкцій, умови праці та відпочинку, соціальний пакет для такого співробітника має бути специфічним.

Тому, перед тим як брати до рук фотоапарат, варто задуматися над словами одного з найвідоміших фотографів минулого століття Юджина Сміта, котрий наголошував: «Фотограф повинен нести відповідальність за свою роботу і її результати. Фотожурналістика, охоплюючи величезні маси читачів за допомогою видань, здійснює набагато більший вплив на формування громадської думки, аніж інші види фотографії» [1].

Теоретики журналістики як в Україні, так і за кордоном, а це насамперед Євген Сверстюк, Йосип Лось, Роджер де Век, Макс Лернер, Волтер Кронкайт, давно писали про занепадницькі тенденції у сучасній світовій журналістиці. «У гонитві за високими накладками жменька ідеалістів в засобах масової інформації, котрі намагалися змінити світ, поступилася натиску безпринципних циніків, котрих цікавить лише ефектність» [1].

Проаналізувавши декілька сотень суперечливих фотографій, опублікованих на шпальтах газет, журналів та сторінках інтернет-видань,

експерти Інституту досліджень комунікацій і журналістики при Карловому університеті Праги дійшли висновку: рішення, яке приймає окремий фотожурналіст, завжди залежить від контексту. І в певних умовах навіть сумнівна практика може бути прийнятною [2].

Натомість Філіп Лаб не погоджується з таким трактуванням, наполягаючи, що «рішення про те, зробити знімок драматичної події чи врятувати жертву, є проблемою морального, гуманістичного і юридичного характеру... Є певні межі, коли цінність новини не повинна мати пріоритету над обов'язком надати першу медичну допомогу» [2].

Сучасні тенденції дедалі частіше демонструють приклади, коли журналісти загалом і фотожурналісти зокрема, нехтують морально-етичними засадами. «Жага змісту, порівнювана з жагою чергової дози наркотику, приводить до драматизації дрібниць. Суспільство засобів масової інформації перетворює дрібницю на важливу подію, а важливу подію - на дрібницю», - констатує Роджер де Век [1].

Як наслідок це призводить до того, що у сучасних засобах масової інформації утверджується культ випадкових, штучних, вигаданих подій, переважає суто констатувальна, описова, відображальна функція, котра обтяжується ще й, як правило, негативістським змістом. У таких умовах, за твердженням професора Йосипа Лося, «з'явився тип журналіста-циніка, для якого дія важливіша від думки, конфлікт – від гармонії, виняткове – від нормального, негативне – від позитивного. Як наслідок – розмиваються критерії, обивательське мислення витісняє елітарне» [3; с. 30].

Аналізуючи поведінку журналістів та фотокореспондентів багатьох сучасних видань, важко не погодитися із професором Оленою Кузнецовою, котра акцентує на тому, що «журналіст не повинен маніпулювати громадською думкою, використовуючи засоби масової інформації, не кажучи про пропаганду насильства, жорстокості, війни... що є не тільки аморальним, а й порушує закон» [4; с. 57].

Отже, можна стверджувати, що фотографія стала не лише результатом контакту між фотографом і подією, оскільки знімання – подія сама по собі. У журналістиці дедалі безапеляційніше визнається право фотографа втручатися у всі наші справи, інші події або свідомо ігнорувати їх. Всюдисущість фотокореспондентів, величезна кількість фотоапаратури і людей, що її обслуговують, вкорінює у свідомість суспільства думку, що час складається лише з подій, гідних бути зафіксованими на фотознімку. І саме доступність цифрової техніки породила величезну кількість аматорів, які ексклюзивність відзнятого матеріалу ставлять вище за його якості.

Як наслідок, друковані та електронні ЗМІ (далеко не всі з них підтримують критерії якісних видань) наповнені світлинами з особистого життя знаменитостей та публічних осіб, заскочених зненацька, подієвими знімками, де природа чи споруди ледь помітні внаслідок оптичних дефектів. І якщо у минулі роки такі знімки не завжди погодилися би помістити навіть у сімейних альбомах, то нині, як ексклюзив, вони супроводжують авторські тексти в періодиці. Якщо спробувати розібратися, звідки виросло таке світосприйняття, доведеться заглибитися у теорію.

Сутність першого шляху полягає у тому, що фотографія має слугувати «історичним свідченням». З цього погляду зображення подій соціального, історичного чи повсякденного характеру повинно бути виключно відображенням нашого сьогодення. Проте в цьому контексті на фотографічне «свідчення» покладається велика ноша етичної відповідальності, і з нею подекуди окремим фотографом важко впоратися. Натомість європейський шлях не настільки прямолінійний, він покликаний фіксувати історію не стільки натуралістично й безпосередньо, скільки крізь призму світогляду самого фотографа.

Для європейського шляху прикметним є цікавий ракурс, певна стриманість, акцент не на прямолінійності, а на пошуках цікавих ходів та авторських знахідок, пошук і застосування відповідної точки знімання, вибір певного розміру кадру і виправданого методу знімання, охоплення подій,

фактів, людей якомога ширше і змістовніше, наповнення кожної світлини всіма барвами нашого цікавого неповторного часу тощо.

Прикро лише, що сьогодні в Україні, та й у Європі загалом, дедалі частіше послуговуються американським шляхом, оскільки він простіший і не вимагає витонченої авторської думки. Натуралістичність, «об'єктивність» витісняє зі ЗМІ справжніх фотомитців. Більшість фотожурналістів межі моральних стандартів та етичних норм визначають для себе самостійно, підлаштовуючись під вимоги редакцій засобів масової інформації, із якими співпрацюють, і не є членами професійних об'єднань. Відсутність таких організацій з чіткими стандартами й прописаними вимогами щодо норм та заборон породжує у людей з фотокамерою відчуття вседозволеності. Американський фотограф Майкл Камбер, який чверть століття пропрацював у гарячих точках, побував на війні в Афганістані, в Іраку, в Сомалі, розчаровано констатує нинішній стан фотожурналістики: «Фотожурналістика переживає серйозну кризу довіри. Підробка знімків, фейкові та постановочні зображення стають майже звичними» [5].

З урахуванням цього існує серйозна необхідність виробити своєрідний «моральний кодекс», котрий керував би усім світом фотографії. Такий документ значно полегшив би роботу фотографів, агентів, фоторедакторів, редакторів газет і журналістів.

Відсутність єдиної позиції щодо відбору фотоілюстрацій особливо небезпечна з огляду на формування й виховання майбутнього покоління. Адже важко сподіватися, що цей виховний процес матиме позитивні наслідки, якщо одні видання пропагуватимуть мистецтво й красу, а інші перетворюватимуть її на брудний бізнес.

В українському законодавстві [5], прописавши формальну відсутність цензури та визначивши низку заборон для відбору й публікації фотознімків, не вказали методів покарання за порушення цих правил. Нема чітких постулатів, які були б прописані у редакційних статутах і вказували фотокореспондентам на те, що варто знімати, а чого фіксувати не потрібно.

## 1.2 Жанри журналістської фотографії

У сучасному медіапросторі фотожурналістика займає важливе місце як візуальний засіб комунікації. Класифікація жанрів фотожурналістики базується на різних підходах, що дозволяє систематизувати форми візуальної комунікації в медіа. Традиційним є поділ журналістських матеріалів на інформаційні, аналітичні та публіцистичні жанри [7]. Проте специфіка фотожурналістики вимагає окремої класифікації, що враховує єдність слова та зображення. Аналіз наукової літератури дозволяє запропонувати класифікацію жанрів фотожурналістики, яка ґрунтується на єдності слова і зображення [8]. Відповідно до функціонального призначення та формальних ознак доцільно виділити дві основні групи: самостійні жанри (малі/інформаційні та великі/аналітичні) та допоміжні жанри.

До малих самостійних жанрів належать фотохроніка, фотозамітка, фотозамальовка, фотопривітання, фотонувела. Великі самостійні жанри включають фоторепортаж, фотонарис, фоторозповідь, фоторецензію, фотодайджест. Група допоміжних жанрів представлена фотоілюстрацією (пряма, асоціативна, вільна), фоторекламою, фотознайомством, фотоанонсом, фотонатюрмортом, фотопортретом і фотопейзажем [9]. Кожен із зазначених жанрів має свої особливості та функціональне призначення в системі медіатекстів.

Фоторепортаж є одним із найпоширеніших жанрів фотожурналістики та характеризується як інформаційний жанр, що засобами фотографії наочно відтворює реальні події, картину дійсності [10]. Він надає аудиторії можливість відчувати себе свідками подій, представляючи їх у візуальній формі. На думку дослідників, фоторепортаж має документальну основу та відображає динаміку події, що відрізняє його від інших жанрів фотожурналістики [11].

Фотонарис, у свою чергу, представляє собою добірку знімків у друкованих чи електронних медіа, присвячених певній темі, об'єднаних відповідним сюжетом, лаконічним текстом і спільним заголовком [8].

Фотографії компонуються у такій черговості, яка відтворює послідовність розгортання подій, в образній формі відображає окрему картину життя. Фотонарис відповідає на комплексні питання: хто робить? що робить? як робить? чому робить? Об'єктом фотонарису є явище, біографія особи, її доля. Методика створення фотонарису передбачає комбінований підхід: частина зйомки проводиться репортажно, частина – методом аранжування, можливе і перефотографування архівних знімків [9]. Цей жанр вимагає від фотожурналіста значного часу, високої кваліфікації та достатньої газетної площі для публікації.

Фоторозповідь у жанровій класифікації має свої особливості та відповідає на питання: що? де? Її можна охарактеризувати як відображення того, що і де бачив фотограф [11]. Об'єктом фоторозповіді є враження екскурсанта, часто без конкретного героя, при цьому категорія часу, як правило, не має визначального значення. Дослідники зазначають, що фоторозповідь здебільшого є журнальним жанром, оскільки потребує значної друкованої площі [12]. Фотографії в журналах повною мірою дають уявлення про описану країну чи про певний факт із події або подорожі фотожурналіста: загальний вигляд майданів, архітектурні пам'ятки, пейзажі. У газетних виданнях елементи фоторозповіді використовуються рідше через обмеження друкованої площі.

Фоторецензія відрізняється від інших жанрів своєю оціночною спрямованістю та відповідає на запитання: кого оцінюють? за що оцінюють? яку дають оцінку? [13]. Об'єктом у фоторецензії завжди є творчість художника, режисера, архітектора, письменника. У цьому жанрі знімок повинен супроводжуватись коментарем, написаним фахівцем, який може дати професійну оцінку роботі митця. Творчість фотографа тут переважно зводиться до роботи з натюрмортом чи репродукуванням.

Фотодайджест (фотоогляд) можна визначити як відносно новий жанр у фотожурналістиці. Об'єкт фотопублікації характеризується як матеріал «про мене» [7]. Найпоширеніші методи роботи при створенні фотодайджесту –

перезйомка та репродукування, що дозволяє представити узагальнену інформацію в зручному для сприйняття форматі.

Малі самостійні жанри (фотохроніка, фотозамітка, фотозамальовка, фотоновела), як і група великих самостійних жанрів, підпорядковуються принципу: «Текст не може займати більше місця, ніж фотографія» [8]. Для малих самостійних жанрів характерне складання лише з однієї фотографії та тексту-коментаря до неї, що визначає їхні структурні особливості.

Фотохроніка завжди повинна відповідати на питання що? де? коли? – що відбулось, де це відбулось та коли саме [9]. Обов'язковою умовою є факт події, її реальне здійснення, оскільки без цього фотохроніка не існує як жанр. У свою чергу, фотозамітка відповідає на запитання: хто? де? коли? – хто зробив, де зробив, коли зробив? Фотозамітка зазвичай включає одну фотографію та невеликий коментар, об'єднані загальною назвою [10]. Це знімок, який показує подію чи явище не в повному обсязі, а в певний часовий момент, що відрізняє її від інших жанрів.

Фотозамальовка покликана відповісти на питання: хто робив? як він поведився? чому? Цей жанр втілюється в одній або декількох світлинах з текстом під загальним заголовком [11]. У фотозамальовці словесний коментар може бути образним, цікавим, значним за обсягом, незважаючи на характер матеріалу. Особливість жанру фотозамальовки полягає в тому, що фотознімок не є ілюстрацією до тексту, а текст не є лише підписом до фотографії. Інформаційне навантаження несуть обидві складові – текст і фотознімок, а інформаційний ефект досягається завдяки контрасту та взаємодоповненню [8].

Фотоновела – єдиний жанр з групи малих жанрів фотожурналістики, в якому відсутня точна адреса та чітко визначений об'єкт [9]. На фотознімках цього жанру може бути зображена як людина, так і фрагмент з її життя, пейзаж, жанрова сценка. Для фотоновели не характерні ознаки точного місця, часу, конкретної дії. Текст до фотоновели має бути лаконічним, у стислій філософській формі роздумів про буття, природу, долю.

Серед допоміжних жанрів фотожурналістики вагоме місце займає фотоілюстрація, яка в науковій літературі поділяється на підвиди: пряма, асоціативна, вільна [12]. Фотоілюстрація призначена для ілюстрування письмових творів. У засобах масової інформації фотографія як ілюстрація виконує допоміжну роль, тому їй відводиться значно менше місця, ніж тексту. Пряма фотоілюстрація є різновидом фотоілюстрації, що використовується за умови публікації там, де живе й працює герой матеріалу [13]. У тексті подається інформація про героя, а поряд розміщується фотографія, щоб читачі мали змогу ознайомитися з ним візуально.

Асоціативна фотоілюстрація не має прямого зв'язку із журналістським текстом, вона лише тематично близька до тексту або деяких публікацій у тематичній підбірці [7]. Цей жанр не обов'язково створювати на місці збору матеріалу для статті. Вільна фотоілюстрація не має ні прямого, ні асоціативного зв'язку з текстом на шпальті. Такий різновид ілюстрування використовується тоді, коли необхідно прикрасити «сліпу» шпальту, а не конкретну публікацію.

Близьким до репортажного знімка є фотозвинувачення, яке використовують як засіб боротьби з недоліками, відображаючи на знімку результати неякісної роботи чи безвідповідальності [8]. Завдяки наочності та документальності, фотозвинувачення може впливати сильніше, ніж розгорнута критична кореспонденція. Від репортажного знімка відрізняється фотонатюрморт, який демонструє зразки різних товарів, продукцію різних видів виробництва. Його використовують не лише для реклами, але й для ілюстрації газетних текстів, що повідомляють про випуск нових видів продукції.

Фотопортрет є найпоширенішим жанром фотографії та однією з найпопулярніших жанрових форм ілюстрацій, як і репортажний знімок [9]. Він використовується для показу зовнішності не лише героїв нарисів, зарисовок, учасників інтерв'ю і бесід, а й відомих громадських і державних діячів минулого й сьогодення, для ознайомлення читачів з авторами публікацій.

Фотопортрет має бути виразним, передавати зовнішню подібність, внутрішній стан людини.

Текст дорожнього нариса або зарисовки часто супроводжують фотопейзажем, що знайомить читачів з природою тієї місцевості, яку описує автор [11]. Фотопейзаж, як і фотоетюд, є засобом естетичного виховання читачів, викликаючи у них емоції, пов'язані зі сприйняттям краси природи.

Спортивні сюжети становлять один з найпопулярніших у фотографів видів зйомки. Спорт – це низка подій, неповторних і непередбачуваних, які швидко змінюються. Передати рух на знімку так, щоб у глядача перехопило подих, щоб він, дивлячись на фотографію, зміг відчути всю гостроту моменту, – основне завдання спортивного фотографа [8]. Фотографія фіксує окремий момент у динаміці, тобто передає людину в русі або предмет «завмерлим», застиглим. Звідси виникають основні труднощі спортивної зйомки. Правильно вибраний момент зйомки, відповідна лінійна композиція, правильно визначене місце спортсмена в кадрі дають можливість зорозово передати рух на знімку.

Потребує уваги фотокореспондента й такий жанр як архітектурна зйомка. Дослідники розрізняють три види архітектурної зйомки: документально-протокольну, архітектурно-пейзажну і зйомку архітектурних інтер'єрів, тобто внутрішніх видів споруд [9]. Мета протокольної зйомки архітектури полягає в точній передачі на знімку зовнішнього вигляду споруди або її окремих частин, архітектурних прикрас, фрагментів.

Таким чином, класифікація жанрів фотожурналістики відображає багатоманітність форм візуальної комунікації в сучасних медіа. Кожен жанр має свої особливості, функціональне призначення та структурні елементи, що визначають його місце в системі медіатекстів. Подальші дослідження жанрової специфіки фотожурналістики дозволять глибше зрозуміти механізми впливу візуальних образів на аудиторію та вдосконалити практику створення медіатекстів.

## Висновки до розділу 1

Фотографічний супровід журналістських матеріалів відіграє ключову роль у сучасних засобах масової інформації, забезпечуючи візуальну складову новин та публікацій. Фотоілюстрації не лише доповнюють текстовий матеріал, але й можуть самі по собі бути джерелом інформації. Проте вони також піддаються впливу суб'єктивного бачення фотографа, технологічних маніпуляцій та етичних дилем.

Розвиток цифрових технологій значно розширив можливості фотожурналістики, водночас створюючи нові виклики щодо достовірності та автентичності знімків. Завдяки поширенню цифрової техніки та мобільних пристроїв професійна фотожурналістика дедалі більше поступається аматорським світлинам, що впливає на якість та змістовність візуального матеріалу. Крім того, фінансові чинники змушують редакції відмовлятися від штатних фотографів, віддаючи перевагу фрілансерам та журналістам, які поєднують текстову та візуальну складову.

Етичні аспекти фотожурналістики також стають предметом дискусій, адже гонитва за сенсаціями та ексклюзивними кадрами нерідко веде до порушення моральних норм. Маніпуляція знімками, постановочні кадри та нехтування правами людей, що потрапляють в об'єктив, підривають довіру до медіа. Відсутність загальноприйнятих професійних стандартів та кодексу етики ускладнює ситуацію, створюючи атмосферу всездозволеності у сфері фотожурналістики.

Таким чином, фотографія в журналістиці є не лише засобом документування подій, а й інструментом впливу на суспільну думку. Для збереження високих стандартів фотожурналістики необхідно розвивати професійну етику, підтримувати якісні фотопроекти та сприяти формуванню відповідального підходу до використання фотографій у ЗМІ.

Жанри журналістської фотографії охоплюють широкий спектр форм і стилів, які відображають різні аспекти реальності та виконують як інформаційну, так і художню функцію. Аналіз жанрової класифікації дозволяє

визначити два основних напрями: самостійні та допоміжні жанри. Допоміжні жанри, такі як фотоілюстрація, фотореклама, фотопортрет, фотопейзаж, виконують функцію доповнення текстових матеріалів, посилюючи їх емоційний та змістовий вплив. Особливу роль відіграють фотоілюстрації, які можуть бути прямими, асоціативними або вільними, залежно від їхнього зв'язку з текстовою частиною.

Важливим є те, що жанри журналістської фотографії розвиваються разом із медійними технологіями, змінюючись під впливом нових візуальних форматів. Це підтверджує, що журналістська фотографія залишається ключовим елементом сучасних медіа, здатним не лише документувати події, а й формувати суспільну думку та естетичні вподобання аудиторії.

## РОЗДІЛ 2 МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ФОТОГРАФІЧНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ІЛЮСТРАЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ

### 2.1 Специфіка кореспондентської фотографії в діяльності журналіста

Одне із завдань сучасних засобів масової інформації – оперативно, вчасно й достовірно реагувати на запити аудиторії, належним чином інформуючи її про події, факти та явища. Періодичні друковані видання не можуть змагатися з Інтернет-виданнями, телевізійними каналами та радіостанціями у швидкості поширення інформації, через що змушені використовувати нові методи й засоби для привернення уваги потенційних читачів. Тому «візуальна атракція стає вагомим складником стратегії просування продукту, та, власне, концепції, структури й змісту часопису» [14; с. 37].

Сучасна епоха характеризується інтенсифікацією інформаційних потоків, що детермінує специфічні трансформації в когнітивних процесах аудиторії. Дослідники констатують формування феномену кліповості мислення як адаптивного механізму реципієнта в умовах дефіциту часового ресурсу. Модифікація сприйняття інформації сучасною аудиторією актуалізує пріоритетність візуальних форм комунікації над вербальними. У зв'язку з цим спостерігається тенденція до превалювання зорового сприйняття над текстуальним у контексті засвоєння медійного контенту.

Трансформація медіаспоживання призвела до того, що сучасний реципієнт віддає перевагу візуальному сприйняттю інформації, тоді як текстуальний компонент позиціонується як вторинний. У цьому контексті стратегічним механізмом залучення уваги аудиторії до текстового контенту стає саме візуальна складова. Як зазначає науковець: «За допомогою грамотного кадру фотограф допомагає читачеві (глядачеві) сформувати цілісну картину довколишнього світу. Фотографія допомагає індивіду затриматися у певній миті часу, зрозуміти її, розкрити невідомий раніше

зміст» [19]. Таким чином, фотографія виконує не лише ілюстративну функцію, але й набуває статусу семіотичного комунікативного механізму, що сприяє формуванню комплексного сприйняття мультимодального тексту.

Сучасний візуальний контент у періодичних виданнях характеризується жанровим та видовим різноманіттям, що включає фотографічні матеріали, інфографіку, карикатури, схематичні зображення, логотипи та елементи графічного дизайну. В. Шевченко, досліджуючи тенденції візуалізації в медіа, констатує, що «ознакою сучасних періодичних і електронних видань стали матеріали з мінімальним обсягом тексту і виразним візуальним рядом» [19]. Дана трансформація медіаконтенту відображає адаптацію видань до модифікованих патернів сприйняття інформації цільовою аудиторією.

Особливу функціональну та комунікативну значущість у структурі інформаційних жанрів демонструють фотографічні матеріали, що супроводжують оперативні повідомлення, репортажні форми та аналітичні звіти. Серед візуального контенту домінуючу позицію займають новинарні фотографії, які характеризуються документальною фіксацією конкретної події у визначеній просторово-часовій локації. Специфіка таких фотографічних матеріалів полягає в їхній автентичності, що забезпечує високий рівень достовірності відображеної інформації та суттєво ускладнює можливість постановочної реконструкції зафіксованих ситуацій. Водночас у професійній практиці початківців-журналістів спостерігається недостатня теоретична обізнаність щодо критеріїв ідентифікації новинарної фотографії як окремого жанру, що актуалізує необхідність систематизації категоріального апарату, типологізації видових характеристик та специфічних ознак даного візуального формату.

Історична ретроспектива інтеграції фотографії в медійний простір засвідчує, що з XIX століття фотографічні матеріали набули статусу обов'язкового структурного елемента друкованої періодики. За хронологічними даними, перший зразок новинарної фотографії датується 1847 роком – це була світлина заарештованого чоловіка, опублікована у

французькому періодичному виданні. Хоча атрибуція авторства зазначеного фотографічного матеріалу не збереглася, даний факт зафіксовано в історіографії фотожурналістики як прецедент. XX століття характеризувалося утвердженням фотографії як невід'ємного компонента періодичних видань, а сучасний етап медіарозвитку демонструє тенденцію до домінування візуальних форм комунікації, що дозволяє ідентифікувати XXI століття як період візуалізації інформаційного простору, де фотографічні матеріали, графічні елементи та ілюстративний контент набувають визначального значення як у традиційних друкованих, так і в електронних медіа [19].

За усі роки від моменту свого зародження фотожурналістика стала окремою частиною журналістики, сформувавши свою класифікацію притаманних їй жанрів. Іноді ці жанри дотичні до жанрів періодичної преси, але в окремих аспектах вони мають свої особливості, пов'язані з перевагою візуалізації над вербальними конструкціями. За визначенням багатьох теоретиків фотожурналістики, саме новинарна фотографія є найбільш оперативною формою відображення дійсності й однією з перших була винесена в окремий жанр візуальної журналістики. За своїми властивостями та характеристиками вона належить до інформаційних жанрів сучасної періодики. У наш час новинарні фотографії – невід'ємна частина сучасного візуального інформаційного потоку, який відображає повсякденне життя сучасного суспільства. Однак помилково було б вважати, що такі світлини є лише фоном чи тлом, на якому відбувається подія. За словами дослідниці фотожурналістики А. Запольської: «Окремі новинарні фотографії, які були розтиражовані ЗМІ, запам'ятовуються аудиторії, займають місце серед експонатів альбомів і музейних колекцій, стають візуальними символами подій, своєрідними засічками в колективній пам'яті» [19].

За видами теоретики фотожурналістики поділяють новинарну фотографію на газетну і журнальну. З огляду на швидкий розвиток Інтернет-видань, до цієї класифікації можна додати онлайнсвітлини, які супроводжують новини та повідомлення. Порівняно з іншими жанрами

фотожурналістики, новинарній фотографії притаманні певні особливості: у неї інша чіткість, різкість та контрастність зображення, акцент на певних рисах. Специфіка новинарної фотографії полягає ще й у тому, що світлини такого жанру традиційно націлені на одиничний кадр. Новинарна фотографія фіксує факт чи подію в нерозгорнутому вигляді, акцентуючи увагу лиш на найголовнішому. А її автор лишень констатує й фіксує певний факт, не демонструючи свого ставлення до нього. Працюючи в жанрі новинарної фотографії, фотожурналіст змушений швидко орієнтуватися в ситуації й ухвалювати рішення. На відміну від фоторепортажу чи фотозамальовки, в автора новинарних світлин нема вдосталь часу для побудови кадру і кількох дублів, він змушений швидко вибудовувати композицію і миттєво реагувати на зміну ситуації. Світлини у цьому жанрі актуальні в хронологічному порядку свого створення, вони максимально достовірно передають подію чи факт та інформують аудиторію про суть того, що відбувається. Новинарній фотографії притаманна певна авторська нейтральність і велика інформаційна насиченість. Новини, як правило, акцентують увагу на тому, що вже відбулося, а тому вони мають супроводжуватися зрозумілими без додаткового опису фотографіями. До того ж, «надаючи повну та об'єктивну інформацію, журналіст повинен розуміти можливі наслідки матеріалу, який він подає; тобто, він, з одного боку, зобов'язаний інформувати суспільство, а з іншого – несе відповідальність за те, до чого може призвести представлена ним інформація» [15; с. 69].

Щоденна необхідність фотографувати найрізноманітніші сюжети – від кримінальних подій і політичних заходів до подій світового масштабу – дає фотографу чудову можливість проявити швидкість реакції у побудові композиції кадру, використання найдієвішої, найдоцільнішої точки зйомки і методу зйомки, а це вміння навряд чи розвинеться у того, хто ніколи не працював з новинами. З іншого боку, простота використання цифрової фототехніки, фотокамер у смартфонах та мобільних телефонах занадто спрощує підхід до виготовлення якісних знімків. На перший план виходить швидкість та оперативність. Як наслідок, деякі редакції відмовляються від

послуг фотографів, мотивуючи це тим, що знімок з місця події може зробити й репортер, який писатиме про те, що зображено на фото [19].

Доволі часто новинарна фотографія супроводжує інформацію про катастрофи, трагедії, стихійні лиха і природні катаклізми. Передбачити такі події фактично неможливо, відтак жодна редакція заздалегідь не може відрядити фотографа чи фоторепортера на місце такої події й забезпечити йому умови для якісної роботи. Якщо фотожурналіста й скеровують на таку подію, то чимало часу тратиться на дорогу, а ситуація на місці події може кардинально змінюватися щохвилини і навіть щосекунди. У таких випадках редакції видань часто вдаються до використання ілюстративного матеріалу, відзнятого учасниками подій чи очевидцями. Фотокамери мобільних телефонів чи смартфонів дозволяють зафіксувати навіть унікальні документальні кадри. Однак такі знімки, як правило, мають низьку якість і не відповідають вимогам фотожурналістики. І тут уже дилема постає перед редакціями видань: чи варто публікувати такий неякісний контент, чи дочекатися якісних світлин від професійних фотожурналістів? У сучасному динамічному інформаційному світі часто роблять вибір на користь першого варіанту. За оперативністю конкурувати з очевидцями події сьогодні не може жоден фотожурналіст, якщо лише випадково не опиниться в потрібному місці у потрібний час, а от за рівнем художньої майстерності, умінням komponувати кадр – цілком. Відтак новинарна і подієва журналістика майже повністю перейшла у поле діяльності аматорів, а професійним фотографам залишається можливість дивувати аудиторію художнім рівнем. За таких обставин знижується рівень фотожурналістики загалом. Новинарні фотографії стають одноманітними, шаблонними, передбачуваними й малозмістовними. Нинішній процес суцільного фотографування і відбору «кращих» кадрів призводить до того, що друковані видання заповнені однотипними конвеєрними знімками, за якими не завжди роботу професійного фотографа відрізниш від руки початківця. Як стверджують редактори платформи Reuters Method: «ЗМІ передрукують матеріали один в одного, не докопуючись до

першоджерела. В результаті поширюється маса фейкових новин, причому не лише у соцмережах, а й у потужних новинарних ЗМІ» [16].

Окрім того, фотожурналіст-професіонал «намагається створити візуальне повідомлення, яке найповніше розкриває специфіку і зміст конкретної події, ситуації, особи, теми» [17; с. 43], тоді як фотограф-аматор просто фіксує те, що бачить, чи те, що потрапляє в кадр. Окремі редакції відмовляються від світлин, зроблених підручними засобами очевидцями подій, але, щоб зекономити на оплаті праці фотокореспондента, купують цифрову фототехніку і видають її будь-якому штатному журналісту, який вирушає на пошуки інформації, мотивуючи це тим, що, описуючи подію, явище чи особу, він сам і відзніме світлини, необхідні для свого майбутнього матеріалу. Але журналіст, який створює хороші тексти, не завжди є талановитим фотографом, до того ж поєднання двох спеціалізацій може негативно позначитися на якості майбутньої публікації. Тому, перед тим як брати до рук фотоапарат, варто задуматися над словами одного з найвідоміших фотографів минулого століття Ю. Сміта, котрий наголошував: «Фотограф повинен нести відповідальність за свою роботу та її результати. Фотожурналістика, охоплюючи величезні маси читачів за допомогою видань, здійснює набагато більший вплив на формування громадської думки, аніж інші види фотографії» [18]. А дослідниця З. Галаджун констатує, що саме «інформована публіка є ключовою умовою демократії» [15; с. 69].

Зазначалося, що публікувати треба тільки якісні фотографії. Разом з тим, чимало українських періодичних видань використовують в оформленні сторінок світлини далеко не найкращої якості. Найпоширеніша причина такого добору полягає в тому, що або нема інших фото, які б проілюстрували публікацію, або заздалегідь планувалося використати знімок з певною публікацією, але подано фотографію не найвищої якості. Іноді трапляються ситуації, коли погана фотографія – це краще, ніж її відсутність, але такі моменти повинні траплятися нечасто. У будь-якому випадку, читач повинен розуміти, що відбувається в кадрі. Поряд з інформаційним повідомленням чи

вагомою новиною бажано публікувати фотографію, яка відображає дію. Як стверджує науковець М. Балаклицький, «у серйозних виданнях редактори виходять з тези про рівноправність зображення із текстом у журналістському повідомленні. Новинарні фото ніколи не публікують без супровідного тексту. І що якісніше видання, то більше пояснювального тексту до фотографій воно подає» [17; с. 42].

## **2.2 Аналіз використання жанрів фотографії в журналістській практиці**

Для фахівця, який працює фотокореспондентом і «сфотографував все», формуються певні штампи. Ілюстрації несуть додаткову інформацію, передають настрій та атмосферу подій, описаних у статті, притягають око, розбивають текст, зупиняють мить. До того ж вони і самі по собі мають художню цінність. Однак навряд чи художня цінність - перше, що спадає на думку при погляді на безліч фотознімків, що заповнюють газети. Їм не вистачає життя, реалізму та інформативності. Практично усі вони вимушені й вимучені, й від них дарма чекати гарних кадрів для мільйонних тиражів. «На паспорт». Це знімок, на якому містяться голова і плечі фотографованого. Гарний на своєму місці (у нижній частині смуги малого формату, при помірному використанні і при розмаїтості типів зовнішності фотографованих). Справа в тому, що це майже винятково портрет чоловіка середнього віку в костюмі. Якщо користатися такими знімками надмірно, то газета буде схожа на альбом з марками [20].

«Рукостискання». Із незрозумілих причин ці знімки майже завжди робляться в той момент, коли фотографовані стискають один одному руки, одночасно штучно посміхаючись у камеру. У реальному житті люди при рукостисканні дивляться один на одного, а не в сторону.

«Розстрільна бригада». Таке буває, коли група людей щось робить чи зробила, але фотожурналіст не застав саму подію. Протокольний знімок вишикуваної команди учасників може розміститися хіба що у приватному альбомі, але не у ЗМІ.

«У мене щось є». Зазвичай це знімок когось, хто виграв чи зробив щось, і ми бачимо, як на фотографії він тримає свою нагороду. У більшості випадків ці люди посміхаються в камеру і сором'язливо стискають предмет своєї гордості. Серед варіантів: людина тикає пальцем у нагороду, схиляється над нею, посміхається, валяє дурня. На таких знімках робітники тримають у руках інструменти, фермери - колоски, а спортсмени - футбольні м'ячі. Такий знімок завжди варто замінити тим, на якому людина дійсно робить те, завдяки чому потрапила у газетний матеріал.

«За своїм столом». Цю категорію знімків зазвичай резервують для начальників. Такі фотографії робляться в офісі, коли герой (чи героїня) знімка дивиться в камеру, або, що ще гірше, робить вид, що розмовляє по телефону чи переглядає документи, дивлячись при цьому в об'єктив. Це абсурдна і нереалістична ситуація. Замість нього варто використовувати або портретний знімок вищої художньої вартості, або сфотографувати людину під час реальної розмови чи діяльності.

«Указующий перст». Ці знімки зроблені, коли фотограф спізнився на місце події. Ми бачимо на таких фото, як людина показує пальцем кудись «туди» [20].

Фотонарис. Цей жанр показує явища, які становлять частину буття людства. Його публіцистичний пафос тяжіє радше до філософської проблематики, аніж до миттєвих зрізів реальності «на злобу дня».

Цим спектром жанрів журналістська фотографія не обмежується. Фотокореспонденти охоче послуговуються фотозаміткою (коротке повідомлення про подію, підкріплене фотографією), фоторепортажем (серія фотографій, що детально висвітлюють розвиток події або ситуації), фотохроніка (послідовність знімків, що документують події в хронологічному порядку). Ці жанри дозволяють журналістам швидко інформувати аудиторію про актуальні події, надаючи візуальний контекст до текстових матеріалів. Окрім цього, затребуваним є фотонарис (розгорнута розповідь про подію або особу через серію фотографій з авторським коментарем), фотопортрет

(зображення, що розкриває характер або стан людини), фотомонтаж (композиція з декількох зображень, створена для передачі певної ідеї або концепції). У публіцистичних жанрах фотографи мають більше свободи для творчого вираження, що дозволяє глибше розкрити тему та вплинути на емоції аудиторії.

Практичне застосування цих жанрів залежить від мети матеріалу та платформи публікації. В інформаційних повідомленнях переважають фотозамітки та фоторепортажі, які швидко передають суть події. У аналітичних або тематичних виданнях частіше використовуються фотонариси та фотопортрети, що дозволяють глибше зануритися в тему. Таким чином, вибір жанру фотографії є важливим інструментом для журналіста у донесенні інформації та впливі на сприйняття аудиторії.

Проведемо аналіз використання жанрів фотографії в журналістській практиці. Фотографія є важливим елементом журналістики, оскільки вона не лише доповнює текст, а й може самостійно передавати інформацію. Жанри журналістської фотографії відіграють ключову роль у формуванні змісту та сприйняття матеріалу, що публікується в медіа. Журналісти, фоторедактори та фотокореспонденти вибирають жанр фотографії залежно від типу матеріалу, який вони готують. У новинній журналістиці репортажні фотографії передають динаміку подій та оперативно ілюструють новини. У розслідувальній журналістиці документальні фото допомагають підтвердити факти та викликати суспільний резонанс. У портретних інтерв'ю фотографія використовується для створення образу героя статті та підкреслення його характеру. У тематичних журналах художні фотографії можуть використовуватися для створення глибшого візуального контексту.

Відповідно використання певного жанру фотографії впливає на сприйняття журналістського матеріалу. До прикладу, репортажне фото викликає довіру, адже відображає реальні події без постановки. Документальна фотографія викликає співпереживання та може сприяти

соціальним змінам. Художня фотографія створює емоційний ефект та може зробити матеріал більш привабливим для читача.

Жанри журналістської фотографії мають різні функції, але всі вони сприяють ефективній подачі інформації. Вибір жанру залежить від завдання журналіста та аудиторії, на яку орієнтований матеріал. Аналіз використання цих жанрів у медіа дає змогу зрозуміти їхню роль у формуванні громадської думки та візуальної культури сучасної журналістики.

Проаналізуємо діяльність відомих фотографів-журналістів України і жанри та видання в яких вони працюють. Україна має багату традицію фотожурналістики, і багато українських фотографів здобули визнання за свою роботу. Яскравим представником є Євген Малолетка - український фотокореспондент, у 2023 році разом зі своїми колегами Мстиславом Черновим та Лорі Гіннант, а також фіксеркою Василісою Степаненко стали лауреатами найпрестижнішої журналістської нагороди - Пулітцерівської премії. Співпрацює з Associated Press. Жанри фото з якими він працює - це воєнна фотографія, документальна фотографія, гуманітарна фотографія [21].

Фотограф і відеожурналіст Мстислав Чернов відомий своїми репортажами з гарячих точок. Співпрацює з Associated Press. Його документальний фільм «20 днів в Маріуполі» був номінований на премію «Оскар» у 2024 році.

У 2013 році Чернов здобув перше місце у конкурсі Фотограф року в номінації «Документальна фотографія», також став переможцем Pentax Awards Ukraine та конкурсу «Кращий прес-фотограф України» у номінації «Портрет». Тоді ж він очолив громадську організацію «Українська асоціація професійних фотографів». Він працює у таких жанрах: репортажна фотографія, документальна фотографія, воєнна фотографія [22].

Документальний фотограф Олександр Гляделов висвітлює військові конфлікти, гуманітарні кризи та соціальні проблеми. Автор понад 40 персональних виставок і трьох книг, лавреат Шевченківської премії 2020 року

за фотопроєкт «Карусель». Він працює у документальній фотографії, соціальній та гуманітарній фотографії [23].

Фотограф Анатолій Степанов є позаштатним фотокореспондентом Франс Прес (AFP), раніше працював в агентстві Reuters, від початку російсько-української війни на Донбасі був там, почав вести фотохроніку подій, із року в рік документувати нашу сучасну історію. Також Анатолій - давній учасник і призер міжнародного фотоконкурсу «Дня». Працює у жанрах воєнна фотографія, документальна фотографія [24].

Фотокореспондент Укрінформу Маркіян Лисейко документує події на сході України з травня 2014 року. Жанри фото з якими працює: репортажна фотографія, воєнна фотографія [25].

Воєнна фотокореспондентка і поетеса Олена Максименко. Висвітлює російсько-українську війну з 2014 року, а за свій репортаж у Криму навіть відбула триденний полон. У 2015-му Олена вирішила зробити перерву у журналістиці та доєдналася до добровольчого батальйону. Планувала працювати парамедиком, але невдовзі знову повернулася до фото. Жанри фото з якими працює: документальна фотографія, воєнна фотографія [26]

Львівська фотографка Іва Сідаш - фіналістка міжнародного конкурсу Fujifilm Moment Street Photo Awards 2021 та випускниця курсу Visual Storytelling 2022 від ICP. Її роботи експонувалися на колективних виставках в Україні, США, країнах Європи та Азії. Свої світлини Іва публікує у Financial Times, Der Spiegel, Fisheye Magazine, Bird in Flight тощо.

До 2022 року займалася вуличною фотографією, після початку повномасштабної війни документує події в Україні. Працює в жанрах: документальної воєнної фотографії [27].

## **Висновки до розділу 2**

Кореспондентська фотографія є невід'ємною складовою сучасної журналістики, оскільки виконує важливу функцію оперативного та достовірного інформування аудиторії. В умовах кліповості мислення та

переважного сприйняття візуальної інформації новинарні фотографії стають ключовим інструментом привернення уваги читачів і формування повноцінного уявлення про події. Вони не лише ілюструють тексти, а й самі по собі є самостійним інформаційним продуктом, здатним відобразити суспільно значущі явища.

Важливим аспектом залишається відповідальність журналіста за подану інформацію, адже новинарна фотографія несе не лише інформативне, а й соціальне навантаження. Професійні фотожурналісти повинні дотримуватися стандартів достовірності, етики та якості, зважаючи на можливі наслідки своєї роботи. Таким чином, попри зміни у сфері фотожурналістики, кореспондентська фотографія залишається ключовим засобом комунікації між ЗМІ та аудиторією, визначаючи специфіку сприйняття новинного контенту в сучасному інформаційному просторі.

Журналістська фотографія виконує не лише ілюстративну, а й інформаційну та емоційну функцію, впливаючи на сприйняття матеріалу аудиторією. Аналіз використання жанрів фотографії в журналістській практиці свідчить про різноманітність підходів до візуального висвітлення подій. Фоторепортажі, фотонариси, портрети, фотохроніки та інші жанри допомагають передати атмосферу, настрій і суть подій, а також викликати певні емоційні реакції у глядачів.

Українська фотожурналістика відіграє важливу роль у документуванні подій сучасності, особливо в умовах воєнного конфлікту та соціальних криз. ТОП українських фотожурналістів демонструють високий рівень професіоналізму, глибоке розуміння жанрових особливостей фотографії та здатність передавати правду через візуальні образи. Вони працюють у таких жанрах, як документальна, репортажна, воєнна, соціальна та гуманітарна фотографія, що дозволяє охоплювати широкий спектр тем і аспектів життя суспільства.

Таким чином, українські фотожурналісти є важливими гравцями на глобальному медійному полі, і їхня робота є неоціненною у збереженні

історичної правди та відстоюванні журналістських стандартів. Їхні досягнення свідчать про високий рівень розвитку фотожурналістики в Україні та її значущість у світовому контексті.

## РОЗДІЛ 3 СТВОРЕННЯ ТЕМАТИЧНОГО ПРОЄКТУ ФОТОХУДОЖНИКА В ІНСТАГРАМ

### 3.1 Особливості заснування Інстаграм проєкту

Інстаграм став важливим інструментом у журналістиці, дозволяючи медіа та журналістам безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, надавати візуальний контент та оперативно інформувати про події. Однак, використання цієї платформи може відрізнятися: деякі журналісти застосовують її як особистий фотоблог, тоді як інші перетворюють свій профіль на повноцінне медіа.

Наведемо приклади успішних Інстаграм-сторінок журналістів.

Мирослава Гонгадзе - українська телеведуча, журналістка, юристка, вдова українського журналіста грузинського походження Георгія Гонгадзе. Вона є керівницею мовлення «Голосу Америки» у Східній Європі. Часто виступає як експертка із питань України, Східної Європи та свободи слова на пострадянському просторі. Мирослава на своїй Інстаграм-сторінці (рис.1) ділиться моментами зі свого професійного та особистого життя, публікує фото зі зйомок для «Голосу Америки», а також кадри з подорожей США [28] На її сторінку підписано понад сім мільйонів підписників.

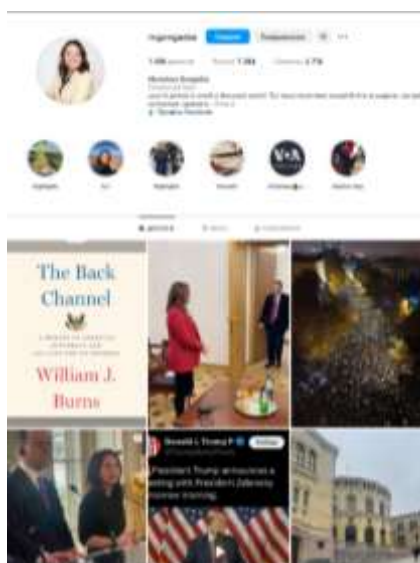


Рис.1. Інстаграм-сторінка Мирослави Гонгадзе

Богдан Логвиненко засновник проекту Ukraïner, публікує рефлексії щодо створення Ukraïner, подорожей, кінострічок та подкастів. Його Інстаграм-сторінка (рис.2) є джерелом інформації про особливі місця в Україні, які варто відвідати [29]. Він має понад 20 тисяч підписників.

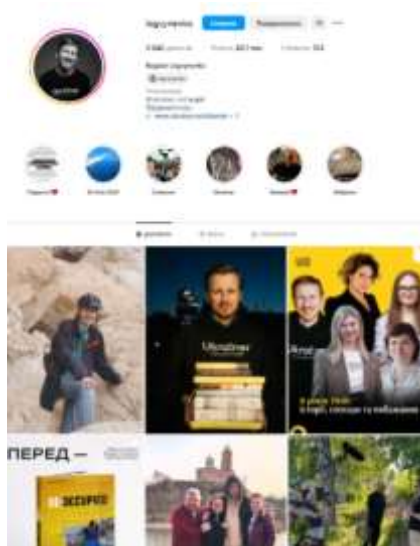


Рис.2. Інстаграм-сторінка Богдана Логвиненка

На сторінці Яніни Соколової можна знайти анонси нових випусків її передач, шоу, подкастів, а також роздуми на різні теми – від війни та соціальних проблем до материнства та мотивації. Вона ділиться моментами зі свого професійного та особистого життя [30]. На Інстаграм-сторінку підписано понад 137 тисяч підписників.



Рис.3. Інстаграм-сторінка Яніни Соколової

У межах нашого дослідження доцільно проаналізувати Інстаграм-сторінки відомих видань, інформаційних агенств, інших медіа.

The Village Україна (@thevillageua) на своїй Інстаграм-сторінці анонсують вихід нових матеріалів через сторіз. Залишають посилання, не агітують свайпати на сайт. Читача зацікавлюють дизайнерськими сторіз та яскравими фото. Видання адаптує матеріали з сайту під формат Інстаграм, не закликаючи переходити на сайт. Показує команду, використовуючи юзерський контент, пропонуючи публікувати фото під хештегом #thevillageua та обираючи найкращі для свого профілю [31].



Рис.4. Інстаграм-сторінка The Village Україна

Онлайн-медіа Свідомі, яке досліджує сенси та публікує спеціальні матеріали. Акаунт активно висвітлює актуальні події, надає аналітичні матеріали та проводить інтерв'ю з експертами. Профіль є джерелом оперативної та достовірної інформації для української аудиторії. У них естетичні короткі та зрозумілі новини, які не тільки розказують, але й пояснюють, що відбувається [32].



Рис.5. Інстаграм-сторінка видання Свідомі

ТСН активно використовує соціальні мережі і також Інстаграм. Для поширення новин та інформаційних матеріалів. ТСН є одним з найбільших новинних інтернет ресурсів України. Публікації охоплюють широкий спектр тем такі як: політика, соціальна сфера, світові події, шоу-бізнес, спорт, економіка тощо. Основний акцент робиться на візуальному контенті - над авторськими текстами, експертними оцінками, сюжетами, інфографіками, відеоконтентом тощо, щоб читач і глядач ТСН міг бути швидко і в повному обсязі поінформованим [33].

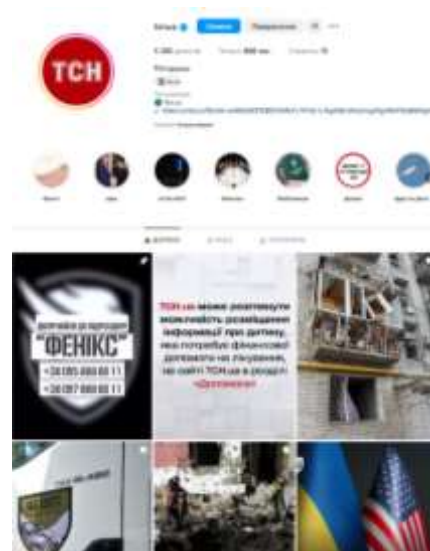


Рис.6. Інстаграм-сторінка ТСН

Зупинимося на аналізі жанрів, які використовують фотографи-журналісти та фотографи видань. Фотографи-журналісти часто застосовують жанри репортажної та документальної фотографії, фокусуючись на відображенні реальних подій та емоцій. Вони прагнуть передати суть події через об'єктив, показуючи неплановані кадри, які відображають реальність.

Фотографи видань, залежно від специфіки медіа, можуть використовувати різні жанри: від портретної фотографії до студійних зйомок. Вони часто працюють над створенням візуального контенту, який підкреслює тематику статті або інтерв'ю, використовуючи постановочні кадри для досягнення необхідного візуального ефекту.

Інстаграм є потужним інструментом у журналістиці, який дозволяє безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, надаючи візуальний контент та оперативно інформуючи про події. Найбільш ефективним жанром у цій платформі є репортажна фотографія, яка передає реальні події та емоції, забезпечуючи автентичність та залученість аудиторії.

### **3.2 Цільова аудиторія та перспективи розвитку Інстаграм-проєкту «Я сфотографіував все»**

На початковому етапі розвитку Інстаграм-проєкту його аудиторія складалася переважно з друзів, знайомих і родичів, які підписалися переважно з метою підтримки. Ці люди не завжди є цільовими підписниками, оскільки їхній інтерес до контенту може бути зумовлений особистими зв'язками, а не безпосередньою зацікавленістю у фотографії або фотожурналістиці [35, 36].

Однак стратегічна мета проєкту полягає у поступовому формуванні органічної аудиторії, яка складатиметься з людей, зацікавлених у фотографічному мистецтві, візуальному сторітелінгу та журналістській фотографії [34, 38]. До цієї цільової аудиторії належать любителі фотографії, які прагнуть вдосконалити свої навички, студенти факультетів журналістики, блогери, фотохудожники, а також широке коло людей, які цінують естетику та мистецтво фотографії [36].

За мету роботи ставилося дослідження теоретичних і методичних засад створення фотографічного контенту в журналістиці та практична реалізація Інстаграм-проєкту фотохудожника. Створення Інстаграм-проєкту «Я сфотографіував все» мало на меті популяризувати фотографічний контент та реалізувати практичні навички у сфері фотожурналістики [38].

Процес її створення включав кілька етапів, від визначення концепції до наповнення контентом та перших спроб залучення аудиторії. На початковому етапі було визначено загальну концепцію сторінки – вона мала стати платформою для демонстрації авторських фотографій, експериментів з різними жанрами фотожурналістики [37]. Для цього було обрано назву акаунту, яка відображала сутність проєкту, та створено візуальне оформлення профілю, включно з аватаром і коротким описом у біографії.

Основну увагу було приділено контенту. Важливим завданням було визначити жанри фотографій, які найкраще відповідатимуть поставленій меті. До профілю почали додаватися знімки, зроблені в жанрах міського пейзажу, природного пейзажу, анімалістика, а також стріт-фото. При цьому особлива увага приділялася якості кадрів, обробці. Фото оброблялися за допомогою стандартного редактора iPhone без додаткових застосунків. Важливо зберегти першоджерело і первісний стан фотографій для можливого використання як доказової бази [38].

Для зручної навігації в профілі було створено розділи Highlights (актуальні історії), які дозволяють структурувати контент та зберігати важливі моменти. Таким чином, сторінка створювалася поступово: від визначення концепції та оформлення профілю до наповнення фотографічним контентом [37, 38].

На даний момент Інстаграм-проєкт перебуває на початковому етапі розвитку та має невелику базу підписників. Аудиторія складається переважно з друзів і знайомих, а рівень залученості наразі низький: більшість фото отримують лише до 6-ти лайків, що свідчить про необхідність активної роботи над розширенням охоплення та залученості підписників [35].

Для збільшення кількості підписників доцільно впровадити комплексний підхід із врахуванням специфіки соціальних мереж. Активне використання хештегів і геотегів дозволить розширити органічне охоплення публікацій та залучити користувачів, які цікавляться фотографією, зокрема шляхом включення їх до тематичних стрічок і рекомендацій [39, 40].

Встановлення партнерських відносин з іншими акаунтами у вигляді колаборацій, обміну репостами, згадками або здійснення спільних проєктів з фотографами, блогерами чи журналістами значно розширить аудиторію та посилить впізнаваність сторінки серед цільових користувачів [36, 40]. Формування чіткого графіку регулярної публікації контенту, з частотою приблизно 3–4 публікації на тиждень, забезпечить стабільну активність профілю та сприятиме утриманню уваги аудиторії через постійну присутність у її інформаційному полі [36, 39].

Важливим елементом стратегії є проактивна взаємодія з іншими акаунтами: коментування та відзначення вподобаннями фотоматеріалів інших фотографів підвищить видимість власного профілю серед професійної спільноти та їхніх підписників [36, 40]. В якості доповнення до органічних методів можна розглянути використання таргетованої реклами, оскільки навіть невеликі фінансові інвестиції у просування окремих найбільш якісних публікацій можуть забезпечити суттєвий приріст підписників завдяки точному налаштуванню на релевантну аудиторію [39, 36].

Аналіз реакцій на вже опубліковані фото показує, що поки що жоден жанр не отримав значного охоплення або залученості. Це може бути пов'язано з обмеженою аудиторією та відсутністю активного просування. У перспективі можна очікувати, що найбільше відгуків будуть отримувати фотографії з емоційним наповненням (портрети, репортажі, сюжетні кадри), тоді як стандартні пейзажі чи технічні знімки без історії можуть залишатися менш помітними [37, 38].

### **Висновки до розділу 3**

Інстаграм-проект створено та введено в дію, він системно функціонує, однак наразі перебуває на початковому етапі розвитку та потребує часу для досягнення поставленої мети. Для розширення аудиторії та підвищення залученості запропоновано комплекс інструментів: використання хештегів і геотегів, колаборації з іншими авторами, регулярне оновлення контенту, активне використання сторіс, а також можливе застосування таргетованої реклами. Реалізація цих заходів дозволить сформувати цільову аудиторію, збільшити популярність сторінки та підвищити рівень взаємодії з підписниками.

## ВИСНОВКИ

У процесі виконання дипломної роботи було підтверджено, що фотографічний контент відіграє ключову роль у сучасній журналістиці, виконуючи як інформаційну, так і естетичну функції. Фотографія сьогодні не лише доповнює текст, а й часто виступає самостійним джерелом інформації, активно впливаючи на сприйняття аудиторії.

Аналіз теоретичних основ фотожурналістики виявив, що розмаїття жанрів фотографії – від новинарних до публіцистичних – дозволяє журналістам гнучко працювати з інформацією і максимально ефективно доносити зміст подій до споживачів інформації. Водночас сучасні тенденції, пов'язані з поширенням цифрових технологій і соціальних мереж, викликають як позитивні зміни (розширення каналів комунікації), так і виклики (зниження якості контенту, етичні проблеми, маніпулятивність зображень).

Практична частина роботи – розробка Інстаграм-проєкту «Я сфотографував все» – продемонструвала ефективність соціальних мереж як платформи для візуального сторітелінгу і самовираження фотохудожника. Було розроблено концепцію сторінки, визначено цільову аудиторію, продумано стратегію розвитку, що враховує специфіку сучасних комунікаційних технологій. Проєкт показав, що авторський підхід, послідовне формування візуального наративу та орієнтація на запити аудиторії є визначальними чинниками успіху в медійному просторі.

Таким чином, у роботі досягнуто поставленої мети – досліджено теоретичні й методичні засади створення фотографічного контенту в журналістиці та соціальних мережах і здійснено практичну спробу реалізації тематичного Інстаграм-проєкту. Результати дослідження можуть бути корисними для журналістів, фотографів-початківців, медіаменеджерів і всіх, хто прагне професійно працювати з візуальним контентом у сучасних медіа.

## Список використаних джерел

1. <https://www.goodreads.com/book/show/149597726> / видання «О фотографії» Susan Sontag, Sławomir Magala
2. Лаб Ф. Фотожурналістика та етика: дослідження в Центральній Європі [Електронний ресурс] / Філіп Лаб. – Режим доступу : <https://ua.ejo-online.eu/2933/etyka-ta-yakist>
3. Лось Й. Бачити великі істини (Публіцистика і тенденції розвитку світу) / Йосип Лось // Вісник Львів. ун-ту. Серія журналістики. – 2001. – Вип. 21. – С. 26–39.
4. Кузнецова О. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень: монографія / Олена Кузнецова. – Львів : Світ, 1998. – 412 с.
5. Макдональд Ф. Фотожурналістика: правда чи обман? [Електронний ресурс] / Фіона Макдональд. – Режим доступу: [https://www.bbc.com/ukrainian/vert\\_cul/2015/07/150709\\_vert\\_cul\\_altered\\_images\\_journalism\\_vr](https://www.bbc.com/ukrainian/vert_cul/2015/07/150709_vert_cul_altered_images_journalism_vr).
6. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» // Україна: інформація і свобода слова. – К. : Молодь, 1997.
7. Михайлин І.Л. Основи журналістики: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2011. С. 145-148.
8. Шаповал Ю.Г. Фотожурналістика: навч. посіб. Рівне: Волинські береги, 2007. С. 67-69.
9. Черняков Б.І. Фотографія в журналістиці. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 1999. С. 124-126.
10. Потятиник Б.В. Медіа: ключі до розуміння. Львів: ПАІС, 2004. С. 210-212.

11. Горевалов С.І., Зикун Н.І. Фотожурналістика в системі засобів масової комунікації: єдність слова та зображення. Київ: Київський міжнародний університет, 2010. С. 78-80.
12. Белякова І.В. Сучасні тенденції розвитку фотожурналістики. Київ: Наукова думка, 2014. С. 112-115.
13. Гридчина В.В. Фотожурналістика в контексті розвитку візуальних комунікацій. Харків: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2012. С. 94-96.
14. Волинець Г. Еволюція візуально-зображальних жанрів у тижневику «Корреспондет» / Г. Волинець // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2018. Ч. 4. С. 37–45.
15. Галаджун З. До питання про поняття та види соціальної відповідальності мас-медіа / З. Галаджун // Телевізійна й радіожурналістика. Львів, 2017. Вип. 16. С. 68–74.
16. Ми пишаємося тим, що ми робимо [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.globallogic.com/ua/work/reuters/>
17. Балаклицький М. Зображальна журналістика : навч.-метод. посіб. / М. Балаклицький. Харків, 2019. 84 с
18. Макдональд Ф. Фотожурналістика: правда чи обман? [Електронний ресурс] / Ф. Макдональд. Режим доступу : [https://www.bbc.com/ukrainian/vert\\_cul/2015/07/150709\\_vert\\_cul\\_altered\\_images\\_journalism\\_vr](https://www.bbc.com/ukrainian/vert_cul/2015/07/150709_vert_cul_altered_images_journalism_vr).
19. Мирослав Максимович Новинарна фотографія у сучасній журналістиці: види та особливості. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика. №1, 2021. <https://doi.org/10.23939/sjs2021.01.007>
20. Гортон Б. *Жанри журналістської фотографії* [Associated Press Guide to Photojournalism]. URL: [https://www.goodreads.com/book/show/677197.Associated\\_Press\\_Guide\\_to\\_Photojournalism](https://www.goodreads.com/book/show/677197.Associated_Press_Guide_to_Photojournalism)

21. Малолетка Є. Інтерв'ю з Євгеном Малолеткою. URL: [https://www.holosameryky.com/a/interview\\_maloletka/7085773.html](https://www.holosameryky.com/a/interview_maloletka/7085773.html)
22. Чернов М. «Досі пам'ятаю відчуття провини»: де зараз перебуває Мстислав Чернов. URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/dosi-pam-yatayu-vidchuttya-provini-de-zaraz-1730391416.html>
23. Гладєлов О. Історія Олександра Гладєлова. URL: [https://project.liga.net/projects/history\\_of\\_independence\\_aleksandr\\_glyadelov\\_ua/](https://project.liga.net/projects/history_of_independence_aleksandr_glyadelov_ua/)
24. Степанов А. Світлини, що народжують нові смисли. URL: <https://day.kyiv.ua/article/media/svitlyny-shcho-narodzhuyut-novi-smysly>
25. Лисейко М. Фотокор Маркіян Лисейко: нам потрібна реальна картина війни. URL: <https://glavcom.ua/longreads/fotokor-markijan-lisejko-nam-potribna-realna-kartina-vijni-a-ne-okhajni-vijskovi-z-milimi-kotikami-905429.html>
26. Максименко О. #AllEyesOnUkraine: 9 українських фотографів, що фіксують злочини росіян. URL: <https://shotam.info/alleyesonukraine-9-ukrainskykh-fotografiv-shcho-fiksuiut-zlochyny-rosiian/>
27. Сідаш І. Розвінчують російську пропаганду та доносять світові правду: історії українських фотографів, які документують війну. URL: <https://hromadske.radio/publications/rozvinchuiut-rosiysku-propahandu-ta-donosiat-svitovi-pravdu-istorii-ukrainskykh-fotografiv-iaki-dokumentuiut-viynu>
28. Гонгадзе М. У США премією за етику нагородили журналістку Мирославу Гонгадзе. URL: <https://susplne.media/culture/579671-u-ssa-premieu-za-etiku-nagorodili-zurnalistku-mirolavuv-gongadze/>
29. Логвиненко Б. На кого підписатись: журналісти та медійники в українському Instagram. URL: <https://tj.org.ua/na-kogo-pidpysatys-zhurnalisty-ta-medijnyku-v-ukrayinskomu-instagram/>
30. Соколова Я. На кого підписатись: журналісти та медійники в українському Instagram. URL: <https://tj.org.ua/na-kogo-pidpysatys-zhurnalisty-ta-medijnyku-v-ukrayinskomu-instagram/>
31. The Village Україна. Як медіа ведуть Instagram. URL: <https://bazilik.media/iak-media-vedut-instahram/>

32. Свідомі. Про нас. URL: <https://svidomi.in.ua/about>
33. ТСН. Про нас. URL: <https://tsn.ua/about-us>
34. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг-менеджмент. Київ : Основи, 2019. 912 с.
35. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. 2010. № 53(1). С. 59–68. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
36. Кравченко Ю. Просування акаунтів у Instagram: від теорії до практики // Медіаосвіта і медіаграмотність. 2022. № 2. С. 41–47.
37. Lorenzo D. Instagram Marketing 2021: How to Grow Your Account Organically, Gain Real Followers and Build Your Personal Brand. Kindle Edition, 2021. 146 p.
38. Manovich L. Instagram and Contemporary Image [Електронний ресурс] // Manovich.net. 2016. Режим доступу: <https://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>
39. Волошина І. Фото в цифрову епоху: трансформація жанрів // Журналістика: Науковий вісник ЛНУ імені Івана Франка. 2020. Вип. 49. С. 123–129.
40. Instagram for Business — Meta Business Help Center [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://business.instagram.com/>

## ДОДАТКИ

## ДОДАТОК 1

Інстаграм-проект «Я сфотографував все» доступний за покликанням:

<https://www.instagram.com/yasfotografuvavvse/>

Зовнішній вигляд Інстаграм-проекту «Я сфотографував все» зображений на рисунку 1.

Рис. 1. Зовнішній вигляд Інстаграм-проекту «Я сфотографував все»

