

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра соціальних комунікацій

Інноваційний проєкт (кваліфікаційна робота)
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему:

**ЯКІСНЕ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ТОРГІВЛІ ЛЮДЬМИ:
РОЗРОБКА ОНЛАЙН-КУРСУ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТІВ-ПРАКТИКІВ**

Терміни реалізації проєкту:

Початок: 01 лютого 2021

Закінчення: 1 грудня 2021

Виконала:

Клевакіна Тетяна Григорівна,

студентка магістратури

денної форми навчання

спеціальності 061 - журналістика

освітньо-професійної програми

“Соціально-правозахисна журналістика”

Науковий керівник:

Шендеровський Костянтин Сергійович,

кандидат наук із соціальних комунікацій,

доцент кафедри соціальних комунікацій.

ЗМІСТ

1. Загальні відомості	3
2. Характеристики проекту	16
2.1. Ключові слова	16
2.2. Реферат проекту	16
2.3. Масштаб проекту	20
2.4. Спрямованість проекту	20
2.5. Ступінь новизни	20
3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва	21
3.1. Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення	21
3.2. Календарний план виконання робіт за проектом	21
3.3. Організація заходів	21
4. Очікувана ефективність проекту	23
4.1. Економічна ефективність проекту	23
4.2. Соціальна ефективність проекту	23
5. Аналіз потенційних ризиків проекту	24
5.1. Основні фактори ризику проекту	24
5.2. Управління ризиками	24
6. Загальні висновки	25
7. Джерела, на основі яких сформовано проєкт	26
8. Додатки (всього десять, які є окремими та виготовлені з виконанням різних технік)	30

1. Загальні відомості

Серед чисельних складних проблем та обмежень розвитку сучасної української журналістики, ми звертаємо увагу на проблему якісного відображення соціальних та правозахисних тем, до яких відноситься і тема торгівлі людьми. За даними Міжнародної організації міграції, понад 260 тисяч українців стали жертвами торгівлі людьми, починаючи з 1991 року [15]. Це лише ті, хто повідомив про це офіційно державним органам.

В сфері медіадосліджень ми не знайшли цільових робіт що стосуються висвітлення торгівлі людьми в медіа. Але звернули увагу на наступне:

- дисертаційну роботу на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій Сащук Т. (2014) на тему «Висвітлення соціальної проблематики в загальнонаціональних пресових виданнях», в якій на сторінці 13 торгівля людьми розглядається як складова міграційної проблематики медіа;
- дисертаційну роботу на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій Михайлової О. (2016) на тему «Відображення соціальних проблем у сучасних мас-медіа України», в якій на сторінці 3 торгівля людьми розглядається як окрема конкретна соціальна проблема: «Загальною тенденцією новин на телебаченні стало бажання висвітлювати та вирішувати конкретні соціальні проблеми (наси́льство в сім'ї, безпритульність, проблеми дитинства, торгівля людьми, ВІЛ/СНІД, питання, що стосуються здорового способу життя та ін.)»;
- дисертаційну роботу на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій Гурчіані Х. (2016) на тему «Особливості висвітлення соціальної проблематики сучасним українським ТБ у контексті глобальних світових тенденцій». В роботі соціальна проблематика в медіа розглядається в цілому, як комплексне, не диференційоване поняття, а на сторінці 20 зазначаються загальні причини як-то «бідність, хвороби, проституція».

Означені медіадослідження тільки підсилюють розуміння, що торгівля людьми як тема в медіа сучасної України не є актуальним предметом наукового дискурсу.

В навчальній діяльності Шендеровський К.С. використовує прийом визначення особливостей медіатеми. Власне це дозволяє зафіксувати наступне щодо медіатеми торгівлі людьми (також див. Додаток 1):

- «торгівля людьми – це постраждалі та потерпілі, це страждання...важкі наслідки, які МОЖНА уникнути»;
- «торгівля людьми стосується всіх без винятку. Це ОБСТАВИНИ, в яких може опинитись кожен/кожна з нас. ПРИЧИНИ будуть різними...»;
- «в торгівлі людьми НЕ ІСНУЄ потенційних категорій, так званих «груп ризику»...це стосується кожного та кожної»;
- «торгівля людьми має бути ВИДИМОЮ в суспільстві, соціумі»;
- «торгівля людьми – латентне явище...побудоване на соціально-психологічній залежності людини»;
- «головне – не бути «соціальним консерватором в медіа».

При цьому Шендеровський К.С. пояснює «соціальний консерватизм в медіа» як висвітлення теми за (1) констатацією урядових кроків + (2) з бажанням влади драматизувати ситуацію + (3) відсутність об'єктивної оцінки або здорового глузду... Це «мислення» медійників як своєрідна матриця нав'язування аудиторії не сучасної, не актуальної, не об'єктивної, упередженої інформації... Це шлях до породження стереотипів та спекуляцій на тему торгівлі людьми!» [30].

Для формування нашого проєкту ми виокремлюємо наступні принципові передумови.

По-перше, українські редакції залишають поза увагою чисельні теми з потужним суспільним інтересом, а віддають перевагу інтересам власників медіабізнесу, чи сумнівному вибору. На наше переконання, «...журналістика не може бути рупором пропаганди, але вона не може бути

і бізнесом...» [35]. В умовах квазіринку (несправжнього, хибного) ринку медіа в Україні, «...приватні і державні медіа з тих чи інших причин залишають величезну і важливу купу інформації поза увагою суспільства». Інформація може бути обмежена «не державою, не власником», а лише здоровим глуздом та журналістською етикою, журналістськими стандартами. Контент, який створюють медіа в Україні, «має нести в собі сенси та бути корисним українському суспільству». [1]

По-друге, останніми роками спектр тем, які висвітлюються в українських ЗМІ, значно розширився. Так в інформаційному просторі все частіше стали з'являтися історії про життя ЛГБТ+, поради щодо того, як розпізнати домашнє насильство і куди звертатися по допомогу, репортажі з «соціальних» центрів, інтерв'ю з наркозалежними особами, людьми, які живуть з ВІЛ, активістами спільнот і соціальними працівниками тощо. Підвищення зацікавленості з боку журналістів сформувало і новий напрямок діяльності – його називають соціальною журналістикою, журналістикою толерантності або журналістикою співучасті [4; 5; 7; 12]. Єдиної усталеної назви для соціальної журналістики в Україні немає. Проте є одна важлива ознака, за якою можна розпізнати, про що саме йдеться: в центрі такого журналістського матеріалу завжди знаходиться людина...не корупційна схема, не бізнес, не чутки і не скандал, а проста людська історія» [18]. Чисельні наукові та практичні розвідки зводяться до предметного визначення соціальної журналістики як «спеціального напрямку в журналістиці, який формує соціально-значущу інформацію про життя людей (всіх, різних, рівних в правах людини) та взаємодію між людьми в умовах сучасного українського суспільства» [3; 8; 9; 13; 16; 22; 23; 34]. При цьому підміна, спрощення складників перевагами практичного раціоналізму щодо вибору тем дуже небезпечна для соціальної журналістики. Чому? Шендеровський К.С. зазначає наступне: «...з одного боку, соціальна журналістика відображає реальне людське життя (критерії часу, місця, балансу інтересів людини та суспільних інтересів тощо), з другого боку, соціальна журналістика враховує співвідношення між правами та обов'язками, ціннісні орієнтири суб'єктів соціально-

прагматичного дискурсу, зокрема в межах деонтологічної модальності, що коливаються між полюсами дихотомічної шкали, а саме: «нерівність - справедливість», «нетерпимість - толерантність», «дискримінація - недискримінація», «сегрегація - інклюзія», «соціальне відчуження - солідарність» та інші як індикатор соціальної патології, так і відповідні позитивні критерії соціального розвитку» [32]. Крім іншого, Шендеровський К.С. вказує на те, що соціальна журналістика «набуває свого окремого розвитку та не є однорідною діяльністю. З одного боку, соціальна журналістика як професійно-аматорська діяльність – це результат активного розвитку соціальних мереж на базі сучасних інтернет-ресурсів. ...З іншого боку, соціальна журналістика проявила себе не стільки як технічна можливість чи тематичне спрямування, скільки як особлива ідеологія і практика, що сформувалася на стику журналістики та соціальної роботи» [32]. *Таким чином, становлення та розвиток соціальної журналістики не є панацеєю від «всіх бід» в сучасній журналістиці, соціальна журналістика тільки набуває предмету та форми в медіадіяльності, хоча і заявляє про свої амбіції.*

По-третє, правозахисна (адвокаційна) журналістика в Україні ще не надто затребувана, та, за словами української письменниці й адвокатки Лариси Денисенко, «...в суспільстві склався стереотип, що тема захисту прав людини – не медійна». Правозахисну (адвокаційну) журналістику досліджують Ірина Виртосу, журналістка Центру інформації про права людини та Костянтин Шендеровський, доцент Інституту журналістики. Вони вважають – «цей вид журналістики зосереджений на виконанні запиту чи очікувань аудиторії. Журналіст тут не є стороннім спостерігачем, як у традиційних медіа, а бере активну участь у зміні ситуації чи розв'язанні конфлікту, висловлює власну позицію, намагається захистити тих, до кого байдужі держава й суспільство. Безсторонність тут недоречна: це журналістика участі та співпричетності» [31]. Правозахисна (адвокаційна) журналістика знаходять історію і прагне, щоб їхня аудиторія діяла: «матеріали, які не просто інформують, а й дають рішення, сприяють більшій зацікавленості читача у темі... Вона розглядає випадки, де люди, установи

та громади працюють над вирішенням проблем» [42]. За словами канадської журналістки Сью Карелла, правозахисна (адвокаційна) журналістика «відкрито виступає за когось або виступає проти когось, надаючи героям обличчя та голосів [36]. Це інклюзивність як одна із базових ознак правозахисної (адвокаційної) журналістики. Зокрема у фільмі про геноцид, журналістка, відкрито виступає на стороні жертв геноциду. Сью Карелла стверджує та розмірковує, що «у випадках, коли основні ЗМІ ігнорують... або серйозно спотворюють вашу справу чи вашу спільноту, тоді вашій справі чи спільноті потрібні власні ЗМІ. Якщо ваших людей ніколи не цитують або їх цитують неточно, якщо вони стереотипні чи про них поширюється дезінформація... кожен значний рух громадян має мати власні ЗМІ. Але є хороша адвокаційна журналістика, а є погана» [36].

Британський дослідник Ібрагим Шав переконаний, що журналістика прав людини - «це журналістика сенсів і системності в захисті прав людини» [40]. В роботі дослідник визначає три концептуальних підходи до правозахисної (адвокаційної) журналістики, яка «часто асоціюється з повідомленням про порушення прав людини, особливо проти жертв політичного насильства, а іноді і зі свободою вираження поглядів, також основним правом людини, яким користуються, заперечують або зловживають журналісти. Хоча ці дві концепції журналістики прав людини однаково важливі, саме третя, журналістика для всіх людей, незалежно від раси, національності, раси, статі чи географічного розташування, є найважливішою» [40]. *Таким чином, розвиток правозахисної (адвокаційної) журналістики демонструють: наскільки журналістика чи ЗМІ пов'язані з правами людини. Чому це важливо? Зв'язок між ЗМІ та правами людини включає два різних, але взаємопов'язаних елементи: по-перше, існування незалежних і вільних засобів масової інформації для передачі інформації громадянам, інформування їх про певні права людини та їх вимоги; по-друге, міра, в якій медіа повідомляють про ситуації з правами людини (порушення, захист боротьба за права людини). «Загалом кажуть, що країна поважає та захищає права людини, якщо вона дозволяє*

... вільну пресу та безперешкодні повідомлення про стан прав людини в соціумі, суспільстві» [40].

Розуміння складної проблеми в журналістиці, поєднання потенціалу соціальної та правозахисної (адвокаційної) журналістики ми визначили як передумови для якісного висвітлення складної теми торгівлі людьми.

Ми обрали шлях формування умов для розвитку компетентності журналістів саме у висвітленні складної теми, якою є торгівля людьми.

Ми формуємо намір запропонувати журналісту та журналістській спільноті інструмент підсилення мотивації, вдосконалення знань та вмінь якісного висвітлення медіатеми торгівлі людьми, запровадженні на основі принципів та правил саморегуляції, стати розробниками нових стандартів редакційної діяльності. При цьому процес саморегуляції ми розуміємо як процес, «коли ми, хто працює у журналістиці, домовляємось між собою, що дотримуємось професійних стандартів та етичних принципів, виготовляючи продукт для вас, нашої аудиторії, і самі ж забезпечуємо виконання цих зобов'язань, спостерігаючи за діяльністю одні одних та визначаючи тих і те, хто і що порушує ці принципи й стандарти» (Андрій Куликов) [21].

Ми опрацювали доступні для журналістів посібники, дослідження, рекомендації з різних питань інформування про торгівлю людьми [2; 10; 11; 14; 17; 19; 20; 24; 25; 26; 27; 28; 29; 33; 37; 38; 39; 41; 43] та виявили спільне, слабе та розбіжності у структурі навчальної інформації про торгівлю людьми:

Ахтирська Н. Торгівля людьми в Україні: про що свідчить судова практика. – К.: Академія судів України. – 2006. – 324 с.	Сильне: аналіз нормативних актів щодо протидії та боротьби з торгівлею людьми. Розгляд кейсів судової практики. Слабке: актуально для правників.
Топчій А. Висвітлення в засобах масової інформації проблеми торгівлі людьми. Посібник для журналістів. – К.: ОБСЄ в Україні. – 2007. – 161 с.	Сильне: торгівля людьми розглянуто як глобальну та суспільну проблему, розглядаються шляхи потрапляння людей в тенета торгівлі людьми. Структуровані рекомендації

	журналістам для підготовки інформації різними каналами. Слабке: неактуалізована інформація про механізми протидії та боротьби з торгівлею людьми. Не визначені компетентності журналістів щодо підготовки інформаційних матеріалів про торгівлю людьми.
Топчій А. Нелегальна трудова міграція та торгівля людьми. Висвітлення проблеми у ЗМІ. - К.: К.І.С., 2008 - 100 с.	Сильне: протидія нелегальній міграції (всередині та зовні країни) як передумова мінімізації випадків торгівлі людьми. Слабке: торгівля людьми розглядається як головний фактор нелегальної міграції.
Посібник МОМ з питань надання допомоги постраждалим від торгівлі людьми. - К. : Тютюкін, 2009. -320 с. - URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/direct_assistance_handbook_ukr.pdf	Сильне: оригінальне видання про постраждалих та взаємодію з правоохоронними органами. посібник створено як єдине ціле, проте його можна використовувати частинами, щоб отримати інформацію з окремих напрямків, окреслених у різних розділах. Усі розділи та додатки взаємопов'язані між собою. Під час розробки посібника застосовувався комплексний підхід, який би забезпечував якомога більш професійний розгляд складних питань. Слабке: потребує експертної інтерпретації, оцінки при підготовці журналістських матеріалів.
Протидія торгівлі людьми в Україні: навчально-методичний посібник до спецкурсу / Авторі-упорядники: Е. Мручківська, Н. Пахом'юк, О. Кочерга; за заг. ред. К. Левківського та ін. – К.: ВАІТЕ, 2017. – 88 с.	Сильне: подані базові поняття торгівлі людьми, запропоновано інструментарій визначення ознак, етапів, шляхів злочинної дії, способів впливу на людину та цілей експлуатації. Розглядається людина, яка потерпіла та постраждала від торгівлі людьми. Слабке: налаштованість на просвітницьку роботу з дітьми та молоддю в закладах освіти.
Дослідження з питань міграції та торгівлі людьми: Україна, Молдова, Білорусь та Грузія, 2019 / Публікації // Міжнародна організація з міграції.	Сильне: результати дослідження, актуалізовані як

Представництво в Україні. . - URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/iom_regional_ct_survey_2019_ukr_print.pdf	джерело інформації для журналістів. Слабке: потребує експертної інтерпретації при підготовці журналістських матеріалів.
Що потрібно знати про кримінальне провадження: довідник для потерпілих від торгівлі людьми / Публікації // Міжнародна організація з міграції. Представництво в Україні. . - URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/shcho-treba-znaty-pro-kryminalne-provadhennya.pdf	Сильне: чітко, структуровано подано покрокову інструкцію для постраждалих від торгівлі людьми. Слабке: потребує експертної інтерпретації, оцінки при підготовці журналістських матеріалів.
Огляд ситуації з торгівлею людьми в Україні (на 30 липня 2020). Експрес-оцінка вразливості та потреб постраждалих від торгівлі людьми / / Публікації // Міжнародна організація з міграції. Представництво в Україні. . - URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/iom_ukraine_covid-19_needs_and_vulnerabilities_of_vots_ukr.pdf	Сильно: експрес-оцінка ситуації максимально чітко представляє джерело для підготовки матеріалів в контексті Всесвітнього дня протидії торгівлі людьми (30.07). Слабке: відсутні означення динаміки (за певний період). потребує експертної інтерпретації
29 липня 2021 року, напередодні Всесвітнього дня протидії торгівлі людьми, відбулась презентація документального аудіосеріалу «Зі мною це не станеться». Проєкт застерігатиме та попереджатиме українців про проблему сучасного рабства, випадки якого продовжують стрімко зростати в Україні та світі (https://megogo.net/ua)	Стильне: в аудіосеріалі висвітлені чотири реальні історії торгівлі людьми, які сталися як на території нашої держави, так і за її межами. Над виробництвом працювала команда MEGOGO Audio у співпраці з журналістами видання «Заборона». Слабке: обмежений доступ. Меню MEGOGO не є актуалізованим для швидкого пошуку. Потрібно скачати додаток.

Предметний огляд доступних для журналістів посібників, досліджень, рекомендацій з різних питань інформування про торгівлю людьми *засвідчує відсутність збалансованого за структурою та компетенціями джерела для підготовки інформаційних матеріалів про таку складну та динамічну тему як торгівля людьми.*

Проведення навчання журналістів з питань висвітлення торгівлі людьми є епізодичним та несистемним явищем. І це при тому, що торгівля людьми - одна з актуальних проблем сучасності. Крім, соціальних, психологічних, політичних, економічних причин, які змушують шукати

роботу за кордоном, важливими факторами, що сприяють торгівлі людьми, є відсутність достовірної інформації про можливості працевлаштування, незнання своїх прав, поширення стереотипів тощо. І значну роль у попередженні та запобіганні торгівлі людьми відіграють ЗМІ. Зазначеним питанням був присвячений тренінг «Роль сучасних медіа у протидії торгівлі людьми - виклики сьогодення», який відбувся 27-29 січня 2015 р. в рамках проекту «Знайди свій безпечний маршрут» за підтримки Фонду сприяння демократії Посольства США в Україні...[6]. Звернемо увагу: тренінг для 20 журналістів проведено шість років тому!

Шендеровський К.С., як координатор програми підвищення кваліфікації та стажування викладачів журналістики «Академія з прав людини для викладачів та викладачок журналістики» в лютому 2021 року опитав 33 викладачів з 22 кафедр журналістської освіти регіональних університетів. З зазначеної кількості університетів тільки в п'яти викладають навчальну тему «Особливості висвітлення торгівлі людьми в медіа», при цьому не журналістам, а майбутнім рекламистам. А за останні п'ять років, викладачі пригадали тільки сім випадків, коли тема висвітлення торгівлі людьми була предметом кваліфікаційних робіт.

Розбіжність між актуальністю теми торгівлі людьми в українському суспільстві та якісним висвітленням цієї теми вражає та є негативною для розвитку українського суспільства.

Формування мети, завдань проєкту відбувається в умовах підготовки та проведення з 19 до 22 травня 2021 р., на онлайн-платформі Zoom, семінару-тренінгу «Висвітлення проблематики торгівлі людьми в медіа». Його організатори – Сьодерторнський Університет (Стокгольм, Швеція), Міжнародна організація з міграції, Рада країн Балтійського моря та Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка – запросили до участі в семінарі 26 студентів-журналістів з різних куточків України. Неможливо виділити якусь головну мету семінару, бо цілей було декілька: виявити проблеми торгівлі людьми, висвітлити цю тематику та привернути увагу молоді до неї, провести брейнсторм щодо шляхів її вирішення. Що таке торгівля людьми і які

сучасні масштаби та форми? Чому торгівля людьми «невидима» і яку шкоду торгівля людьми завдає людині, родині, соціуму, суспільству? Чому нам, у сучасному світі, так потрібна інформація про це ганебне явище і чим можуть допомогти медіа? Які міфи, стереотипи панують у медіа та як подолати типові помилки у висвітленні цієї теми в Україні. Як розповідати у ЗМІ про людей, що мають трагічний досвід і як допомогти особам, які постраждали від торгівлі людьми? На всі ці й багато інших питань ми намагалися знайти відповідь разом з національним експертом, тренером з протидії торгівлі людьми, керівником правозахисної ГО «Велес+» Віктором Вальчуком, старшою спеціалісткою з питань політики та адвокації Програми захисту мігрантів Агенції ООН з питань міграції Вікторією Мазуренко, к.н.с.к., доцентом Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, викладачем соціальної та правозахисної медіадіяльності Костянтином Шендеровським. [28]

В травні 2021 року ми провели опитування (див. Додаток 2) студентів та молодих журналістів – випускників Інституту журналістики: дослідження серед молодих журналістів на поінформованість про торгівлю людьми. Всього опитали 20 осіб, 93,8% з опитуваних – жінки, інші – чоловіки, а це приблизно репрезентує реальне відсоткове відношення чоловічої та жіночої статі в Інституті журналістики. Рівень знань серед молодих журналістів не впевнений та незадовільний: апелюють до даних, які не корелюються з сучасними вимірами явища, злочину торгівлі людьми; не володіють знаннями для побудови соціально значущого, конструктивного матеріалу; не можуть назвати джерела інформації, статистики, аналітики для підготовки проблемних, аналітичних чи адвокаційних матеріалів.

В квітні-травні 2021 року ми провели опитування (див. Додаток 3) аудиторії працездатного віку (20 – 50 років) на інформованість про торгівлю людьми. Всього опитано 60 осіб, з них 35 – жінки, 25 – чоловіки. Респонденти не знають про актуальність торгівлі людьми, про механізми захисту, про статус потерпілих від торгівлі людьми та дію спеціального Закону в Україні; люди працездатного віку (68% респондентів) «давно не

думали про торгівлю людьми», не бачать загрози в трудовій експлуатації, в домінування внутрішньої торгівлі людьми, а в ЗМІ про торгівлю людьми дізнаються раз на півроку/рік – 56,3 % або «нічого» чи «давно» - 18,8%.

З висвітленням теми торгівлі людьми ситуація є такою, що вражає своєю незадовільністю.

Результати вищезазначених досліджень мотивували нас на розробку нового засобу підвищення кваліфікації журналістів-практиків щодо якісного інформування про торгівлю людьми. Інноваційність проєкту не тільки в тому, що подібним ніхто не переймається. Інноваційність в тому, щоб сформувані передумову для використання проєктного результату в будь-якій редакції та залучити журналістів до безпосереднього процесу визнання принципів та правил саморегуляції як основи становлення редакційних стандартів висвітлення складної та актуальної теми торгівлі людьми. Ми прагнемо також максимально використати підхід розвитку журналістських компетентностей в нашому проєкті.

Для нашого проєкту ми виокремили з різних джерел наших досліджень наступні принципи та рекомендовані компетентності журналістів, які розглядаємо індикаторами результату нашого проєкту:

<i>Принципи проєкту</i>	<i>Індикатори проєкту</i>
Медіатема торгівлі людьми як складна соціальна тема, яка відповідає суспільному інтересу.	Компетентність формувати медіафокус на людину в контексті небезпеки та загроз торгівлі людьми. Компетентність пояснювати аудиторії загрози торгівлі людьми для людини, родини, громади, спільноти. Компетентність журналістів розуміти глобальний, суспільний інтерес та пропонувати локальні інформаційні дії, формувати конструктивні інформаційні матеріали про торгівлю людьми. Компетентність журналістів формувати мету, передбачати очікування аудиторії від інформаційного матеріалу про торгівлю людьми. Компетентність журналістів обирати різну цільову аудиторію для інформаційного матеріалу про торгівлю людьми (наприклад, підлітки та їхні батьки, молодь, жінки та

	<p>чоловіки працездатного віку, правоохоронці, державні службовці).</p> <p>Компетентність журналістів використовувати інформаційні приводи для підготовки інформаційного матеріалу про актуальність торгівлі людьми як соціальної проблеми в Україні, регіоні.</p> <p>Компетентність журналістів використовувати коректну та соціально-правильну термінологію для підготовки інформаційного матеріалу про торгівлю людьми.</p> <p>Компетентність журналістів працювати зі статистикою, оціночними даними, рішеннями влади, інформацією від МОМ та організацій громадянського суспільства в Україні.</p> <p>Компетентність журналістів розуміти динаміку змін в торгівлі людьми та вміти готувати інформаційний матеріал про торгівлю людьми з максимальним оновленням фактів, тенденцій.</p> <p>Компетентність журналістів створювати стратегічний медіаобраз небезпеки торгівлі людьми для будь-кого в сучасному суспільстві, що вимагає ясності, чіткості, артикуляції.</p>
<p>Медіатема торгівлі людьми як складна правозахисна тема, яка відповідає потребам захисту прав людини та суспільному інтересу</p>	<p>Компетентність журналістів подавати причинно-наслідкові смисли в торгівлі людьми через цінності прав людини.</p> <p>Компетентність журналістів до зближення, співжиття з героями матеріалів – постраждалими від торгівлі людьми (в умах бідності, трагедії, людського болю та втрати людиною власної ідентифікації).</p> <p>Компетентність журналістів адвокувати в медіа потерпілих та популяризувати механізми допомоги людині як можливості для поновлення в правах людини.</p> <p>Компетентність журналіста пропонувати аудиторії картину складного світу (замість простого гуманізму), етику поваги до динамічної ідентичності, гідності людини.</p> <p>Компетентність журналістів доступною мовою пояснювати структурні, інституалізовані норми та архівні, судові матеріали.</p>

	<p>Компетентність журналістів викликати медійний резонанс, певні адміністративні провадження.</p> <p>Компетентність журналістів подавати листи, свідчення, факти в естетичній, наративній формі.</p>
<p>Стандарти саморегуляція журналістиці як розвитку журналістики суспільства</p> <p>та в шлях якій для</p>	<p>Компетенція журналістів знати, що заважає формувати якісний матеріал про торгівлю людьми.</p> <p>Компетенція журналістів формувати видимість торгівлі людьми.</p> <p>Компетенція журналістів формувати медійний порядок денний щодо протидії торгівлі людьми.</p> <p>Компетенція журналістів узагальнювати експертні рекомендації та формувати правила саморегуляції при висвітленні торгівлі людьми.</p> <p>Компетенція журналістів генерувати нові ідеї (креативність) в умовах інформаційно-світоглядних протистоянь, інформаційних загроз, кризових явищ.</p> <p>Компетенція журналістів виявляти ініціативу, нові підходи, підходи на досвіді українських практиків та підприємливість, зважаючи на особливий статус інформаційних матеріалів з торгівлі людьми.</p> <p>Компетенція журналістів оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт при вивченні ефективності впливу інформаційно-аналітичного контенту на вітчизняну аудиторію за темою торгівлі людьми.</p>

2. Характеристика проекту

2.1 Ключові слова.

Торгівля людьми; висвітлення теми в медіа; підвищення кваліфікації журналістів; соціальна журналістика; правозахисна (адвокаційна) журналістика; саморегулювання в журналістиці; онлайн тренінг; компетентності журналіста.

2.2. Реферат проєкту.

- назва проєкту: *Онлайн-курс для журналістів-практиків з якісного висвітлення теми торгівлі людьми.*

- стислий опис проєкту:

Онлайн-курс для журналістів-практиків з якісного висвітлення теми торгівлі людьми охоплює умовні чотири дні та 16 годин групового навчання з передбаченим часом самостійної роботи. Онлайн-курс можна проводити для окремої редакції, для групи журналістів з різних редакцій. Онлайн-курс є прикладом підвищення кваліфікації та вдосконалення визначених компетенцій журналістів. Онлайн-курс можуть проводити як самі журналісти, так і за участю спеціально-підготовлених тренерів та експертів.

Онлайн-курс складається з таких напрямків:

- ТОРГІВЛЯ ЛЮДЬМИ: ПОНЯТТЯ, МАСШТАБИ ТА ГОЛОВНІ ЗАВДАННЯ МЕДІА В УКРАЇНІ;

- ТОРГІВЛЯ ЛЮДЬМИ: БОРОТЬБА ТА ПРОТИДІЯ В УКРАЇНІ. АКТУАЛІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТІВ;

- ТОРГІВЛЯ ЛЮДЬМИ: МЕДІАМАТЕРІАЛИ ПРО ЛЮДЕЙ, ЯКІ ПОСТРАЖДАЛИ, ЯКИМ ДОПОМОГЛИ;

- РОЛЬ ІНФОРМАЦІЇ В ПРОТИДІЇ ТОРГІВЛІ ЛЮДЬМИ.

Метою проєкту є формування принципово нового засобу підвищення кваліфікації журналістів-практиків для якісного інформування про торгівлю людьми. Принциповість нового засобу розуміється як використання підходу розвитку журналістських компетентностей.

Завданням проєкту є сформувати програму онлайн-курсу для використання в будь-якій редакції та залучити журналістів до

безпосереднього процесу визнання принципів та правил саморегуляції як основи становлення редакційних стандартів висвітлення складної та актуальної теми торгівлі людьми.

- **Основні техніко-економічні показники проєкту:** проєкт передбачає 4-денний або 16-годинний модуль підвищення кваліфікації журналістів-практиків без відриву від основної роботи, з отриманням пакету розвиваючих матеріалів кожним учасником/учасницею (глосарій, презентації за темами групового навчання); лекційні заняття мінімізовано в часі, вони доповнюються дискусіями, моделюванням в групі та публічними презентаціями (див. Додаток 7). Кожне навчальне питання розглядається з позиції окремого індикатора – компетентності журналіста. Всього ми використовуємо двадцять чотири такі індикатори. Кількісний показник компетентностей – це конструктивний набір вимог до якісної роботи журналіста/журналістів над темою. Компетентності журналістів можуть зменшуватись та збільшуватись. Ця гнучкість дозволить врахувати різні запити, потреби та можливості для досягнення результату. Взаємодія тих, хто буде навчати журналістів, та налаштування самих журналістів, їх редакційного керівництва визначені не стільки питаннями навчання, а скільки смислами компетенцій.

Варіант перший - *повний*. Навчання проводять два медіатренери з числа викладачів журналістики, партнерських організацій МОМ в Україні. Для повного варіанту встановлено поріг в 16 годин спільної роботи. Для повного варіанту рекомендовано навчальну групу в кількості 16-20 журналістів.

Варіант другий – *мінімальний*. Навчання проводить один медіатренер після опрацювання запитів редакції або групи журналістів щодо опрацювання певних компетентностей. Для мінімального варіанту встановлено поріг в 8 годин спільної роботи. Для мінімального варіанту рекомендовано навчальну групу з 8-12 журналістів.

Взаємодія з журналістами-практиками передбачено в онлайн форматі. Хоча 90% проєкту можна без додаткових зусиль використати для офлайн формату.

- **Зміцнення зв'язків між наукою і виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу:** весь проєкт побудовано на взаємозв'язку викладання журналістики, наукових досліджень в медіа та потреб редакції або групи журналістів. Використовуються навчальні матеріали, які пройшли апробацію в навчальних умовах. Компетентності журналістів визначено на підставі аналізу наукових джерел в період з 2007 року. Проєкту показники не прив'язані до академічних рівнів «знати» та «вміти», а максимально наближені до сучасного виміру ефективної роботи в редакції. Тому компетентності є індикатором успіху-неуспіху реалізації програми вдосконалення компетенцій у висвітленні складної та актуальної теми торгівлі людьми, а наслідком є формування усвідомлених, актуалізованих правил саморегуляції, стандарту діяльності в умовах редакції.

- **Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери:** проєкт передбачає добровільну участь журналістів у вдосконаленні компетенцій для якісного висвітлення теми торгівлі людьми. Участь журналіста підтверджується заявою-анкетною та ознайомленням з програмою навчання. При мінімальному варіанті – навчання передбачає формування замовлення від редакції.

- **Термін реалізації проєкту:** проєкт розпочато 1 лютого 2021 року та завершено 1 грудня 2021 року. За 10 місяців проєкту опрацьовано наукові та методичні матеріали, джерела інформації, проведено два дослідження. В період реалізації проєкту ми долучились до пілотного семінару-тренінгу «Висвітлення проблематики торгівлі людьми в медіа», який проводили в травні 2021 року Сьодерторнський Університет (Стокгольм, Швеція), Міжнародна організація з міграції, Рада країн Балтійського моря та Інститут журналістики Київського національного

університету імені Тараса Шевченка для 26 студентів-журналістів з різних університетів України. Під час зазначеного заходу, ми уточнили зміст навчальних матеріалів та презентацій для нашого проєкту та протестували індикатори проєкту. Розроблено навчальні матеріали. Завершення реалізації проєкту потрібно розуміти як наявність готової пропозиції для редакції чи групи журналістів з кількох редакцій провести навчання з моделюванням редакційного стандарту щодо висвітлення теми торгівлі людьми. Іншими словами: завершення цього «материнського» проєкту – це готовність взаємодіяти з журналістами щодо визначення часу, місця навчання, що вже є «дочірнім» проєктом.

- **Витрати на реалізацію «материнського» проєкту і строк його окупності.** Витрати на реалізацію «материнського» проєкту вимірюються менеджерськими показниками використання авторських ресурсів. Витрати на реалізацію «дочірнього» проєкту вимірюються конкретними фінансовими показниками та індикаторами набуття/вдосконалення компетенцій, правил саморегуляції або редакційного стандарту висвітлення теми торгівлі людьми.

- **Менеджерські показники для «материнського проєкту»:**
 - проведення наукових досліджень – 2 місяці;
 - формування пропозиції для партнерів з числа партнерських організацій МОМ в Україні – 1 місяць;
 - апробація навчальних модулів в середовищі студентів-журналістів – 1 місяць;
 - розробка програми вдосконалення компетенцій практиків – 2 місяці;
 - розробка ресурсів для навчання практиків – 3 місяці;
 - погодження з викладачами журналістики та представниками МОМ в Україні додатку 7 – 1 місяць.

Всього 10 місяців.

- **Джерела і умови фінансування проєкту:** «материнський» проєкт не потребує залучення фінансів, бо є процесом та результатом менеджерської діяльності на громадських засадах авторки проєкту. Інша

справа стосується «дочірнього» проекту, а саме: використання результату з розробки умов вдосконалення компетентності для якісного висвітлення теми торгівлі людьми для конкретної редакції чи групи журналістів-практиків.

● **оцінка ефективності проекту:**

- економічний ефект: прогнозований термін окупності проекту для організаторів навчання журналістів-практиків – 1 рік. Розуміється як формування редакційної політики з «нульовою» терпимістю до торгівлі людьми та виготовлення якісних інформаційних продуктів, які збільшать аудиторію, позитивно вплинуть на імідж видання;

- соціальний ефект: чим більше суспільство буде поінформовано про торгівлю людьми – тим більше люди в суспільстві будуть захищені, в безпеці.

2.3. Масштаб проекту.

Проект має загальносуспільний та галузевий (журналістика) масштаб реалізації. Торгівля людьми відбувається в кожному регіоні України. Будь-хто може потрапити в тенета торгівлі людьми. Журналісти, які компетентні якісно висвітлювати складну тему торгівлі людьми здатні формувати медійний порядок дня за цією темою.

2.4. Спрямованість проекту.

Створений для впровадження нового засобу підвищення кваліфікації журналістів-практиків для якісного інформування про торгівлю людьми. Ми прагнемо також максимально використати підхід розвитку журналістських компетентностей в нашому проекті.

2.5. Ступінь новизни.

Інноваційність проекту не тільки в тому, що подібним ніхто не переймається. Інноваційність проекту не тільки в тому, що тема торгівлі людьми є складною (невидимість та злочинність) та актуальною для

України при сучасному рівні мізерної залученості медіа до висвітлення. Інноваційність в тому, щоб сформувавши передумову для використання проєктного результату в будь-якій редакції та залучити журналістів до безпосереднього процесу визнання принципів та правил саморегуляції як основи становлення редакційних стандартів висвітлення складної та актуальної теми торгівлі людьми. Проєкт не має аналогів, має високий ступінь новизни: сформувавши умови для системних змін в інформаційній діяльності.

3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва

3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення.

«Материнський» проєкт:

- досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	100%
- досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	100%
- проведено теоретичні дослідження та апробацію в реальних умовах	100%
- розроблено ресурсні додатки	100%
- створено зразок програми навчання	100%

«Дочірній проєкт»

- наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної власності	50%
- наявність матеріально-технічної бази	50%
- наявність необхідного персоналу	50%
- визначено та узгоджено фінансування проєкту	50%

3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.

План виконання робіт за «материнським» проєктом: десятимісячний процес досліджень та апробації, формування умов для підготовки журналіста-практика для якісного висвітлення теми торгівлі людьми

№ п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис. гривень
1	Проведення наукових досліджень	Клевакіна Тетяна	Лютий-травень 2021	Не потребує
2	Формування пропозиції для партнерів з числа партнерських організацій МОМ в Україні	Клевакіна Тетяна	Квітень 2021	Не потребує
3	Апробація навчальних модулів в середовищі студентів-журналістів	Клевакіна Тетяна	Травень 2021	Не потребує
4	Розробка програми вдосконалення компетенцій практиків	Клевакіна Тетяна	Червень – серпень 2021	Не потребує
5	Розробка ресурсів для навчання практиків	Клевакіна Тетяна	Серпень – жовтень 2021	Не потребує
6	Погодження з викладачами журналістики та представниками МОМ в Україні додатку 7	Клевакіна Тетяна	Листопад 2021	Не потребує

План виконання робіт за «дочірнім» проектом: місячний процес залучення журналістів – проведення – підсумки взаємодії.

№ п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис. гривень
1	Пошук замовника чи комплектація групи журналістів	Менеджер програми вдосконалення компетентності журналістів	3 тижні	16000 грн.
2	Формування групи для реалізації програми			
3	Формування остаточної програми навчання			
4	Визначення та оплата (бронювання) каналу для онлайн роботи	Менеджер програми вдосконалення компетентності журналістів	4 дні	8000 грн.
5	Запрошення та оплата праці медіа тренерів		16 годин	24000 грн.
6	Виготовлення навчальних матеріалів для кількості учасників		1 день	1000 грн.
7	Запис занять та фіксація моделей		4 дні	800 грн.

8	Підготовка правил саморегуляції чи редакційного стандарту		2 дні	-
9	Направлення учасникам підсумкових Сертифікатів та рекомендацій. Попередня експертиза рекомендацій.		3 дні	2200 грн.
Разом			1 місяць	52000

4. Очікувана ефективність проєкту

4.1. Економічна ефективність проєкту. Розробка проєкту здійснюється без залучення коштів. Використовується мотивація та потенціал авторки проєкту. При використанні результатів проєкту журналістом чи редакцією відбудеться збільшення вартості професійної діяльності, розшириться кількість публікацій на тему, яка хвилює/цікавить більшість. Що і призведе до збільшення аудиторії журналіста/видання. Якісні матеріали про торгівлю людьми, викриття невидимості та небезпек, створюють передумови для безпечної життєдіяльності людей, які виконують різні ролі: матері/батька, працівника тощо.

4.2. Соціальна ефективність проєкту визначено таким:

- з більшою кількістю якісних матеріалів про торгівлю людьми – збільшуються умови для безпечної, захищеної життєдіяльності людей, зменшується злочинність;

- взаємодія журналістів при моделюванні правил саморегуляції та редакційних стандартів збільшує рівень компетентності та лояльності фахівців до своєї роботи, відкриває нові можливості для розвитку;

- вдосконалення компетентності журналістів з якісного висвітлення теми торгівлі людьми є передумовою стратегічної співучасті при вирішенні різних соціальних/правозахисних медіатем.

5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

5.1. Основні фактори ризику проєкту.

- ризики, що відносяться до загальної соціально-економічної ситуації:
 - в медіапросторі дуже мало інформації про торгівлю людьми та сильним є медійний стереотип, що торгівля людьми як тема не відповідає «формату видання»;
 - політична нестабільність та владна обструкція щодо місцевих практик протидії торгівлі людьми може створювати сприйняття торгівлі людьми як несучасної теми;
 - діяльність правоохоронних органів, які не демонструють результативної практики боротьби з торгівлею людьми, може бути причиною для конфліктів з журналістами щодо висвітлення їх діяльності, а не інформування соціуму/суспільства як пріоритетна тема;
- Крім того, є ризик через погану промоцію не знайти достатньої кількості журналістів, які прагнуть розвивати саморегулювання та формувати стандарт редакції щодо висвітлення складної теми торгівлі людьми;

- виробничі ризики:
 - є ризик, що редакції не проявлять інтересу до результатів та можливостей проєкту, відповідно сформується ризик укомплектування груп журналістів різних видань без моделювання стандарту редакційної діяльності;
 - є ризик, що при невеликій кількості журналістів для участі в проєкті вдосконалення компетентності якісного висвітлення торгівлі людьми, міжнародні організації – грантодавці зупинять фінансування;
 - є ризик, що кількість журналістів, які використають сформовані можливості не буде достатньою для системних змін в медіа.

5.2. Управління ризиками

- 1) Економічних ризиків можна уникнути шляхом залучення коштів від ширшого кола міжнародних та організацій громадянського суспільства, які зацікавлені в інноваціях або системних змінах в медіа.

- 2) Продумана промоція можливостей для журналістів в різних регіонах, різних видань зробить проект відомим.
- 3) Проект може бути цікавим для місцевої або регіональної влади, які мають ресурси, та можуть зацікавитись результатами в межах громад або окремих регіонів.
- 4) Результат проекту розглядається як гнучкий (кількість учасників, годин, компетенцій може змінюватись), що дасть можливість розумно підлаштуватись до різних викликів.
- 5) Проект можна делегувати медійним спільнотам для реалізації за умов використання його результатів перед початком інформаційних кампаній.

6. Загальні висновки

Результат проекту потрібно розглядати виключно в контексті активізації в суспільстві протидії торгівлі людьми. Через обмеженість інших джерел, традиційних, як фахова підготовка або наявність повноцінних посібників, проведення системних науково-практичних дискурсів з соціальних та правозахисних медіахем, сформовані за проектом умови для редакцій, журналістів є реальним шляхом розвитку якісного інформування з складної та актуальної теми торгівлі людьми в українському суспільстві.

7. Джерела, на основі яких сформовано проєкт

1. Аласанія Зураб. Виступ на відкритті Newshouse 21.11.2021.
URL: <https://www.facebook.com/photo?fbid=5053189664693541&set=a.772605669418650>
2. Ахтирська Н. Торгівля людьми в Україні: про що свідчить судова практика. – К.: Академія судів України. – 2006. – 324 с.
3. Басков В.Я., Рубинов А.З. Секреты журналистики. Социальный корреспондент. – М.: ИКАР, 2008. 382 с.
4. Бутиріна М. Стереотипи масової свідомості: особливості формування у медіасередовищі: Монографія / М. Бутиріна; КНУ ім. Т.Шевченка. — Д.: Слово, 2009. — 368 с.
5. Виртосу І. Як розповісти про людей з інвалідністю: поради для журналістів / Профстандарти / Медіаетика // Медіаосвіта. – Електроні дані. – URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/yak_rozprovidati_pro_l_yudey_z_invalidnityu_poradi_dlya_zhurnalistiv/ – Назва з екрана.
6. Відбувся тренінг «Роль ЗМІ у попередженні та запобіганні торгівлі людьми» // ГУРТ [сайт]. - URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/25057/>
7. Гриценко Є., Клінова О. Букви для людей : як працює соціальна журналістика в Україні // Platfor.ma [сайт]. URL: <https://lab.platfor.ma/sotsialnazhurnalistika/> (02.12.2014). – Назва з екрана.
8. Дзялошинский И. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезные людям. – М.: Престиж, 2006. – 104 с.
9. Для успішної комунікації реформ потрібна співпраця між владою, експертами і медіа – експертна дискусія. Ukraine crisis media center. – 2017. URL: <http://uacrisis.org/ua/55860-komunikatsiyi-reform>
10. Дослідження з питань міграції та торгівлі людьми в Україні (2017 р.) // МОМ, МЗС Королівства Норвегія, Державний департамент США. - URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/migration_and_human_trafficking_in_ukraine_2017_ukr.pdf
11. Дослідження з питань міграції та торгівлі людьми: Україна, Молдова, Білорусь та Грузія, 2019 / Публікації // Міжнародна організація з міграції. Представництво в Україні. - URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/iom_regional_ct_survey_2019_ukr_print.pdf
12. Дубас О. Роль мас-медіа у формуванні ціннісної системи суспільства / О. Дубас // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. — К., 2009. — Вип. 16. — С. 242-248.
13. Лаврик О. В. Соціальна проблематика газетних виступів: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 72 с.
14. Миронюк Т., Король М. Торгівля людьми як глобальна проблема сучасності // Київський ун-т права, 2018. - URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewById/649484.pdf>

15. Міжнародна організація з міграції. Представництво в Україні [сайт]. - URL: <https://iom.org.ua/ua>.
16. Назустріч високим стандартам журналістики в громадському секторі України // Гурт [сайт]. – Електронні дані. URL: <http://www.gurt.org.ua/gurt/-projects/media/>
17. Огляд ситуації з торгівлею людьми в Україні (на 30 липня 2020). Експрес-оцінка вразливості та потреб постраждалих від торгівлі людьми // Публікації // Міжнародна організація з міграції. Представництво в Україні. . - URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/iom_ukraine_covid-19_needs_and_vulnerabilities_of_vots_ukr.pdf
18. Особливості висвітлення життя ключових груп населення. Рекомендації для ЗМІ / Текст Олександри Горчинської. – К.: Альянс громадського здоров'я, 2021. – 58 с.
19. Посібник МОМ з питань надання допомоги постраждалим від торгівлі людьми. - К. : Тютюкін, 2009. -320 с. - URL: <https://iom.org.ua/sites/default/>
20. Протидія торгівлі людьми в Україні: навчально-методичний посібник до спецкурсу / Автори-упорядники: Е. Мручковська, Н. Пахом'юк, О. Кочерга; за заг. ред. К. Левківського та ін. – К.: ВАІТЕ, 2017. – 88 с.
21. Саморегуляція в українських медіа: як це працює? Із досвіду роботи Комісії з журналістської етики: аналітично-довідковий збірник / за заг. ред. Л. Кузьменко, Л. Куц, О. Погорелова. – Київ : Комісія з журналістської етики, 2021. – 93 с.
22. Соколова К.О. Соціальна журналістика в Україні та світі : розуміння, суперечності, результати // Перспективні напрями дослідження українського медійного 91 контенту : фундаментальні та прикладні аспекти : матеріали всеукраїнської науковопрактичної конференції [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова, А. Волобуєва] - К. : Інститут журналістики, 2016. - С. 55-58
23. Социальная журналистика: профессия и позиция. – М.: Агентство социальной информации, 2005. – 104 с.
24. Сучасні механізми протидії торгівлі людьми. Міжнародна науково-практична конференція 04.12.2020 р. // Львівський державний ун-т внутрішніх справ, 2020. - URL: https://www.lvduvs.edu.ua/documents_pdf/biblioteka/nauk_konf/04_12_2020.pdf
25. Топчій А. Висвітлення в засобах масової інформації проблеми торгівлі людьми. Посібник для журналістів. – К.: ОБСЄ в Україні. – 2007. – 161 с.
26. Топчій А. Нелегальна трудова міграція та торгівля людьми. Висвітлення проблеми у ЗМІ. - К.: К.І.С., 2008 - 100 с.
27. Торговля людьми. Основні поняття та види експлуатації / Міністерство соціальної політики України, 17.10.2018 р. // - URL: <https://www.msp.gov.ua/news/16080.html?PrintVersion>
28. Торговля людьми: як медіа висвітлюють проблему. 25.05 2021. - URL: <https://us.bdpu.org.ua/torhivlia-liud-my-iak-media-vysvitliuiut-problemu.html>

29. Турок В. Соціально-економічні наслідки та механізми протидії торгівлі людьми : автореферат канд. дис. за спец. 08.00.07 (демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика) // НАН, Інститут демографії та соціальних досліджень ім. В. Птухи. - URL:: https://www.idss.org.ua/avtoref/2016_Turok_ref.pdf
30. Шендеровський К. До питання розв'язання дилеми масових та соціальних комунікацій у сфері вирішення соціальних проблем // Актуальні питання масової комунікації. – К., 2013. – Випуск 14. Січень-червень.
31. Шендеровський К., Виртосу І. Правозахисна або адвокаційна журналістика : концептуальний підхід становлення та розвитку медіадіяльності // Права людини та мас-медіа в Україні : Збірник конспектів лекцій [тексти] / Авт. Кол. - За ред. Виртосу І., Шендеровського К. - Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018
32. Шендеровський К.С. Інституалізація соціальної журналістики в Україні // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2014. – Т. 55. – Липень-вересень. – С. 91-92.
33. Що потрібно знати про кримінальне провадження: довідник для потерпілих від торгівлі людьми / Публікації // Міжнародна організація з міграції. Представництво в Україні. - URL: <https://iom.org.ua/sites/default/files/shcho-treba-znaty-pro-kryminalne-provadhennya.pdf>
34. Эксперт визнано найбільш соціально відповідальним медіа [Електронний ресурс] // Телекритика [сайт]. - URL: <http://www.telekritika.ua/news/2009-03-26/44631> (26.03.2009).
35. Якісна журналістика є вимогою суспільства. Експерти обговорили шляхи розвитку медіа в Україні // Фондація суспільства [сайт]. - URL: <https://suspilnist.org/blog/news/yakisna-zhurnalistika-ie-vimogoiu-suspil/>
36. Advocacy journalism / Religion, Society & Culture // The Interim. - URL: <https://theinterim.com/issues/society-culture/advocacy-journalism/> - May 2000.
37. Dean L. A. The Other Victims of the War in Ukraine : Atlantic Council, 11.10.2016. - URL: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/human-trafficking-consequences-of-the-war-in-ukraine/>
38. Fighting Human Trafficking in Ukraine: The Borgen Project, 30.05.2021. - URL: <https://borgenproject.org/fighting-human-trafficking-in-ukraine/>
39. Melnyk A. Trafficking in Human Beings in Ukraine (DCAF, 2014). - URL: <https://www.files.ethz.ch/isn/185732/Melnyk-THB-Ukraine.pdf>
40. Shaw I.S. Human Rights Journalism: A Critical Conceptual Frameworkon. - URL: https://link.springer.com/chapter/10.1057/9780230358874_2
41. The Media Self-Regulation Guidebook : Organization for Security and Co-operation in Europe (The Representative on Freedom of the Media). - URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/1/d/31497.pdf>

42. The Power of Solutions Journalism. URL:
https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf
43. Tucker M. Sex, lies and psychological scars: inside Ukraine's human trafficking crisis (Modern-day slavery on focus : Ukraine) // The Guardian, 4.02.2016. - URL: <https://www.theguardian.com/global-development/2016/feb/04/sex-lies-psychological-scars-ukraine-human-trafficking-crisis>

8. Додатки

Додаток 1. Навчальна презентація «Шлях до якісного висвітлення теми торгівлі людьми». Ресурс для підвищення компетентності журналістів.

Додаток 1.1. ПРОТИДІЯ ТОРГІВЛІ ЛЮДЬМИ В УКРАЇНІ: статистика МОМ станом на 31 березня 2021 р. Ресурс для підвищення компетентності журналістів.

Додаток 2. Результати опитування студентів та молодих журналістів – випускників Інституту журналістики (травень 2021 р.). Ресурс для підвищення компетентності журналістів.

Додаток 3. Результати дослідження аудиторії працездатного віку (20 – 50 років) на інформованість про торгівлю людьми (квітень – травень 2021). Ресурс для підвищення компетентності журналістів.

Додаток 4. Навчальна презентація «Поняття, причини, форми торгівлі людьми». Ресурс для підвищення компетентності журналістів.

Додаток 4.1. ГЛОСАРИЙ для журналістів: тема торгівлі людьми. Ресурс для підвищення компетентності журналістів.

Додаток 5. Навчальна презентація «Роль медіа та інформаційних кампаній у протидії торгівлі людьми». Ресурс для підвищення компетентності журналістів.

Додаток 6. Навчальна презентація «Особливості якісного висвітлення проблематики торгівлі людьми в медіа». Ресурс для підвищення компетентності журналістів.

Додаток 6.1. Навчальна презентація «Реінтеграція потерпілих від торгівлі людьми». Ресурс для підвищення компетентності журналістів.

Додаток 7. «Онлайн-курс для журналістів-практиків з якісного висвітлення теми торгівлі людьми. Програма».