

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
Факультет культурології та соціальних комунікацій
Кафедра менеджменту культури та соціальних технологій

К В А Л І Ф І К А Ц І Й Н А Р О Б О Т А

на здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

Освітньо-професійна програма

«Менеджмент культури»

на тему: «Презентація мистецтва фотографії в культурному середовищі
міста»

Виконала: студентка бакалавратури

спеціальність 028

«Менеджмент соціокультурної діяльності»

Катерина ПАВЛОВА

Керівник: доц. кафедри менеджменту

культури та соціальних технологій,

канд. соц. н.

Геннадій АФЕНЧЕНКО

Кваліфікаційна робота допущена до захисту

рішенням кафедри менеджменту культури та соціальних технологій

Протокол № ____ від «_____» 2024 р.

Завідувач кафедри доц. _____ Геннадій АФЕНЧЕНКО

Харків, 2024

ЗМІСТ

ЗМІСТ.....	2
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОТОМИСТЕЦТВА У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	6
1.1. Історія виникнення та розвитку фотографії.....	6
1.2. Роль та місце фотографії в культурному середовищі.....	11
1.3. Фотографія як ідея постмодернізму.....	14
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I.....	16
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТЕНДЕНЦІЇ ФОТОМИСТЕЦТВА В КУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	17
2.1. Розвиток виставкової діяльності в Україні.....	17
2.2. Розвиток фотовиставок в Україні.....	19
2.3. Проблеми популяризації фотомистецтва в суспільстві.....	25
2.4. Перспективи розвитку фотомистецтва в Україні.....	27
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II.....	29
РОЗДІЛ III. ПРОЄКТ ФОТОВИСТАВКИ «FEEL EARTH» У М. ДРУЖКІВКА	31
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III.....	50
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52
ДОДАТКИ.....	56

ВСТУП

У сучасному світі презентація фотомистецтва в культурному середовищі міста має велике значення, оскільки фотографія є візуальною складовою комунікації. Завдяки світлинам, митці передають ідеї та думки, зосереджуються на темах та відображають актуальні проблеми міста. Фотомистецтво залишається актуальним жанром мистецтва в сучасному світі, яке постійно розвивається та адаптується під реалії життя. Обрана тема дослідження побудована на прикладі фотовиставки, яка відображає культурну освіченість та надає громадянам соціально-психологічний вплив.

Обґрунтування теми дослідження: Культурне середовище міста відіграє важливу роль у формуванні ідентичності, цінностей та життя його мешканців. Наразі культурне середовище налічує велику кількість елементів, такі як мистецтво, релігія, історія, технології, наука тощо. Серед цих елементів важливе місце займає фотомистецтво. Фотографія – візуальний метод зосередження та передачі почуттів. Світ оточує візуальна комунікація, тож фотографія є одним із головних інструментів передачі інформації, відтворення емоційного зв'язку, реєстрації культурної ідентичності та формування соціокультурного клімату. Поява новітніх технологій, розвиток виставкової діяльності та створення нових площадок робить цей жанр мистецтва живим та суттєвим в суспільстві. Соціокультурна та психологічна складові – головні досягнення, яке хочеться внести в культурне життя мешканців міста Дружківки.

Актуальність теми проєкту. Воєнні події в Україні є великою катастрофою, так само катастрофою є ситуація в Донецькій області. Вже багато років люди живуть у стані постійної війни, тож організація фотовиставки з метою підтримки емоційного стану є важливою та актуальною. Основне повідомлення фотовиставки – рефлексія через фотографії природи. Фотографія, як засіб спокою та перехід до прекрасного. Природа має властивість зцілювати та заземлювати, тож фотовиставка є актуальним інструментом заспокоєння та

відключення від поганих умов існування. Проєкт має на меті спонукати до роздумів про мистецтво, замість зосередження на важких годинах життя. У скрутні часи рефлексія є важливою в житті кожної людини, тож фотороботи можуть служити арт-терапією для тих, хто цього потребує.

Фотовиставка має на меті залучення до популяризації фотомистецтва, а також слугує як інструмент культурної діяльності громадянам міста.

Ступінь вивчення проблеми. Популяризація фотомистецтва в культурному середовищі та організація виставок постійно розвивається та продовжує вивчатися методами обміну досвіду. Для дослідження було використано літературні джерела з управління соціокультурними проєктами, виставкової діяльності, маркетингу, аналіз культурних заходів а а також твори таких фахівців, як Міщенко М. М. – сучасне фотомистецтво в Україні, Єгорченков О.Д. – азбука управління проєктами, Босовська М. В. – вплив виставкового бізнесу на економіку міста, О. Д. Москвич – феномен фотографії в контексті медіакультури, Грищенко І. М. – ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні, Ролан Барт – розглядав фотографію як вид мови. Для написані роботи були використані такі літературні джерела, як наукові статті, журнали, підручники, інтернет джерела.

Об'єктом дослідження є виставкова діяльність у фотомистецтві.

Предметом дослідження є організація виставки мистецтва фотографії в культурному середовищі міста.

Мета та завдання. Метою є дослідження з'ясувати можливості та умови просування фотомистецтва в культурному середовищі міста.

Для реалізації поставленої мети вирішуються такі завдання:

- проаналізувати основні поняття дослідження;
- дослідити еволюцію мистецтва фотографії в Україні;
- описати значення використання виставок для презентації фотомистецтва в культурному середовищі;
- дослідити роль та місце фотографії в культурному середовищі;

- проаналізувати функціонування виставкової діяльності фотомистецтва в Україні;
- оцінити проблеми та перспективи популяризації фотомистецтва;
- розробити соціокультурний проєкт виставки фотомистецтва;
- оцінити ефективність та результати проєкту.

Теоретична значимість роботи полягає у демонстрації мистецтва фотографії, яке буде збагачувати культурне середовище міста а також вплив на особистий соціально-психологічний стан відвідувачів, через аналіз реакцій та сприйняття даних заходів. Такий підхід дозволить розкрити роль фотомистецтва в культурному середовищі, а також допоможе з'ясувати можливість використання виставок як засобу підтримки психологічного стану та соціального зв'язку в суспільстві.

Практична значимість полягає у тому, що запропонована форма соціокультурного заходу є ефективним інструментом культурного розвитку мешканців, а також розвиток виставкової діяльності в місті.

Методи дослідження. Методологічною основою кваліфікаційної роботи використовуються такі методи, як аналіз досліджень науковців з питання фотомистецтва в культурному середовищі, аналіз теоретичних підходів до організації соціокультурного заходу, метод порівняльного аналізу для порівняння різних видів та форм виставок, аналіз ефективності розробленого заходу.

Робота складається з вступу, 3 розділів, висновків; містить 55 сторінок тексту, 5 рисунків, 10 таблиць, 5 додатків. Список джерел включає 32 найменувань літератури, 11 електронних публікацій.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОТОМИСТЕЦТВА У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Історія виникнення та розвитку фотографії

Світ надає можливість створювати щось нове, описувати минуле та мріяти про майбутнє. Існування різних видів мистецтва дає людині шанс проявити себе, та продемонструвати свої навички та вміння. Завдяки таким видам діяльності, суспільство знає великих діячів, які досягли вершин та дали приклад людству, як можна розкривати свій потенціал та що людина може досягти своєю зацікавленістю та працею над чимось. Яскравим прикладом цієї тези стає Фотомистецтво.

Кожна людина знає що таке фотографія, та як правильно сфотографуватись або як зробити так, щоб ця світлина змогла набрати велику кількість лайків в соціальних мережах. А що, якщо сказати, що фотографія це один із способів рефлексії? Трактуювання цього виду мистецтва у кожного буде звучати по різному, але саме це формулювання надає великий сенс.

Для повного аналізу даного виду мистецтва, ми звертаємось до його початку існування та взагалі до історії. Розібравшись з поняттям, видами, та представниками, можна набратися інформації та використовувати її з правильним посилом.

Отже, що є для людини фотографія та для кого фотографія є мистецтвом. Звичайно можна сказати, що для фотографа робити знімки – це творчість та можливо невеликий заробіток, але ж і творчість може мати різне розуміння

Термін «фотографія» або «світлина» перекладається з грецької мови як світлоопис, яке складається з двох слів – світло та писати. Семантика поняття охоплює принаймні два основних значення: 1) в науково-технічному сенсі фотографія – це сукупність засобів і технологій, за допомогою яких можна отримати і зберегти статичне зображення на певному світлочуттєвому матеріалі

(фотоплівці та фотографічній матриці); 2) саме зображення, відбиток або знімок, отриманий за посередництвом фотографування [23]. У наші часи, фотографія – невід’ємна частина інформації, повідомлення та візуального контексту. Таке явище як фотографія, є справжнім соціокультурним феноменом. У роки заснування фотографія служила людству документацією, документацією відтворення життєвих реалій. Людина завжди прагнула залишити відбиток своєї тіні, зафіксувати події, які розгортаються навколо. Винайдення цього жанру мистецтва торкалося вчених різних країн, але ж все ж таки датою створення фотографії вважається 1839 рік.

Найпершу знайдену фотографію в історії створив француз Ньєпс у 1826 році. Через подальші удосконалення процесу, Дагер із значним успіхом використовував хімічні реакції для покращення цієї техніки[28]. Вважається, що він був першим фотографом у світі, який створив фотографію за допомогою камери-обскури, та винайшов діафрагму для коригування дефектів, що виникають при відкритих лінзах[26]. Суспільство використовувало різні методи отримання знімків та першим був метод зображення за допомогою відбиття від предметів світла. Наступний метод полягав в тому, що фотографію робили завдяки оптичним приладам. Використовувалися малі отвори, де посередині був розміщений прилад. Після даного методу, світ прийшов до поняття «камера», так і з’явилася камера обскура. Загалом, цю камеру використовували для механічної замальовки навколишнього світу. Саме завдяки винаходу цієї камери світ побачив першу світлину.

Завдяки використанню камери-обскури та олов’яній пластинці, ми бачимо пейзажну рельєфну фотографію – «Вид з вікна в Ле Гра», яку митець робив цілих 8 годин. Дивлячись на цю світлину, є розуміння того як важко було виробляти цей витвір та скільки часу та сил пішло на виготовлення даного витвори мистецтва.

Після того, як фотографія з’явилася в Європі, Україна поступово ознайомлювалася з цим новим явищем. Тим не менш еволюція фотографії уповільнилася тому, що Україна була окупована двома імперіями, що значно

вплинуло на технологічний прогрес та роль фотографії в країні. Перші згадки про фотографію на території України відносяться до літа 1839 року у місті Львові. Професор анатомії Львівського університету, Чех за походженням, Йозеф Беррес (1796-1844), проводив численні дослідження з друку відбитків з дагеротипів за методикою офорту. У квітні 1840 року він опублікував опис свого винаходу у "Віденській газеті", а пізніше, у липні 1840 року, випустив окрему брошуру у Відні [5].

Перші фотографії з'явилися в Києві та Одесі в 1840 роках, у Харкові пізніше – 1851 рік [37].

У другій половині XIX століття в регіоні західної України піонерами фотографії стали А. Карпюк та В. Шухевич у Львові, С. Дмоховський та Є. Любович у Перемишлі, а також Ф. Величко в Станіславові (Івано-Франківськ) [39].

У Харкові 15 листопада 1858 року відбулося відкриття першого фотоательє, заснований купцем 2 гільдії Василем Сергійовичем Досекіним. Розвиток фотографії в місті набув особливого поштовху у 80–90-х роках 21 століття. За даними Харківського історичного альманаху, у цей період у місті з'явилося понад 30 нових фотоательє. Серед відомих харківських дослідників і практиків фотографії було багато визначних особистостей, таких як М. І. Ваницький, А. І. Скасці, М. Я. Лещинський, М. І. Овчинников, А. К. Федецький та інші. Вони отримали визнання не лише в Україні, але й гідно представляли вітчизняну фотографічну майстерність на міжнародних виставках у Берліні, Парижі та інших містах [13].

Після відкриття фотоательє стали з'являтися фотоустанови, об'єднання фотографів та фотовиставки. Час від 1887 до 1915 року вважається «золотим віком» розвитку фотографії [22].

Українська фотопромислова галузь розвивалася швидкими темпами. Наприклад, у 1891 році у Києві сталася значуща подія, коли майстер С. Дубинський представив власноруч виготовлений фотоапарат [37]. Згідно з

висновками О. Трачуна, до початку Першої світової війни більше сімдесяти осіб у Києві займалися комерційною фотозйомкою [37].

Фотокрамниці функціонували, фотомистецькі курси створювалися, і поступово з'являлися жанри комерційної та мистецької фотографії. Формувалися фотографічні товариства, організовувалися виставкові заходи. Наприклад, у 1901 році було засноване київське товариство "Дагер", яке провело Всеукраїнський з'їзд фотографів у 1908 році та Міжнародний виставковий форум художньої фотографії у Києві в 1911 році, влаштувавши Міжнародний салон художньої фотографії. Роботу цієї організації було припинено в 1917 році [37].

Також починається розцвіт фотовиставок. Перша з них відбулася в Києві в 1867 році і сприяла активізації творчості початківців-фотолюбителів. Українські фотомайстри брали участь і отримували визнання на європейських фотовиставках: наприклад, харків'янин В. Досекін представляв свої роботи у Берліні (1865); львів'янин Є. Тшемеський отримав нагороди в Парижі (1871) та Відні (1873). Також значні досягнення в цій сфері досягли одесити, зокрема Р. Фреодорович (Афіни, 1875), Ж. Рауль (Париж, 1878), Б. Готліб (Женева, 1880), В. Чеховський («Британська та західно-англійська аматорська асоціація», 1880). Відзначення отримали також киянин Ф. де Мезер (Париж, 1878, 1880) та полтавчанин Й. Хмелевський (Брюссель, 1883) [15].

А також виникають інші жанри фотографії. Зі звичайної пейзажної фотографії, з'являються такі види фото – наукова та документальна.

Фотографію можна класифікувати за наступними параметрами:

1 – Залежно від технічних засобів, які використовують

- Традиційна фотографія (Результат оптичної та хімічної технології, у галузях світлочутливих матеріалів). Фотографія буває – монохромна, чорно-біла, кольорова.

- Цифрова фотографія

2 – За подіями

- Зйомка людей (Портретна, Студійна, Весільна, Life Style)

- Комерційна (Фотографія товару, Фотографія їжі)
- Пейзажна (Макрозйомка, Архітектурна, Аерофотозйомка, Астрофотографія)
- Художня (Абстрактна, Сюрреалістична, Предметна, Чорно-біла)
- Репортажна (Спортивна, документальна, наукова)

Завдяки існуванню великої кількості жанрів фотографії, для людини відкрито багато можливостей в цій сфері. Саме ці жанри дають нам шанс побачити якомога більше світлин на різні теми, та кожна надає своє значення та сенс.

З початку свого закріплення в історії, фотографія мала універсальні функції, які були досить зрозумілі людству. У наші часи, функції фотографії розширились, бо потреби людей стали значно вищими.

Фотографія виконує різноманітні інформаційно-комунікативні, пізнавальні та художні функції. Однак у сучасній науці вона не розглядається як самостійний вид масової комунікації, але як невід'ємна складова системи масової інформації [27].

Коли термін «фотографія» з'явився на просторах суспільства, налічувалося декілька важливих, але і різноманітних функцій, а саме – Фіксація моментів з життя, Документування, Мистецтво, Дослідження та Зв'язок з людьми. Кожна з цих функцій доволі цікава, тому важливо детально розгледіти кожную.

Фіксація моментів з життя – фотографія допомагала фіксувати моменти та події в житті кожної людини. Прикладом цього є фотоальбови, роздруковані фотографії, або як зараз використовують флешки, через які дивляться старі фото та відео.

Документування – фотографія стає цифровою книгою з історії. Саме через фото документуються історії людства, події в країні, та в житті кожної людини.

Мистецтво – фотографія стає новим видом мистецтва. Завдяки даному виду мистецтва, митці можуть виражати свою творчість та демонструвати ідеї.

Дослідження – фотографія дуже часто використовувалась в наукових цілях. Те, що неможливо було зафіксувати легким методом, використовували фотоапарат.

Зв'язок з людьми – фотографія стає методом спілкування та гарно проведеного часу. Завдяки фотографіям, люди діляться своїм життям з іншими людьми, показуючи чи відправляючи світлини.

1.2. Роль та місце фотографії в культурному середовищі

Суспільство звикло до такого терміну як «культурне середовище», бо воно зустрічається дуже часто, особливо в обговоренні тем про мистецтво. Фотомистецтво є тому доказ.

Сам термін «культурне середовище» почали використовувати в наукових цілях, коли почала розвиватися соціологія з культурологією. Це поняття повністю описує можливості та вплив будь-яких елементів та розвиток видів мистецтва, на їх формування в суспільстві. Беручи в приклад один із видів мистецтва, ми маємо можливість визначити та проаналізувати вплив цього виду мистецтва на людину, на суспільство, на культурне середовище міста та регіону.

Фотографія відіграє важливу роль в культурному середовищі. Як вже раніше було сказано, фотографія – це одна з технік виду мистецтва, яка несе в собі пізнання, ресурс, комунікацію, збереження та вплив. Це головні ознаки того, як фотографія впливає на культурне середовище.

Для повного розкриття давньої теми, детально опишімо місце та роль фотографії в культурному середовищі.

Роль фотографії в культурному середовищі відіграє важливу місію в соціокультурному просторі. Фотографія впливає на людину, розвиває та формує світогляд. Почнемо з того, що фотографія слугує як засіб збереження, будь то історія чи звичайні моменти з життя. Через світлини, людина має

можливість зберігати в пам'яті або на фотопапері випадки з життя, веселі та сумні історії, а також власноруч знімати та переміщати ці спогади в фотоальбом.

Фотографія – це про самовираження, передача ідей та емоцій. Світлина передає почуття, та дає поштовх на нову ідею. Це один із засобів комунікації, який відбувається через цифрові технології. Завдяки фотографіям, люди мають можливість демонструвати світу власні ідеї, думки та проблеми, які їх бентежать. Фотографія – це мова митця, його бачення на світ через камеру. Завдяки світлу та зображенню, люди знаходять для себе новий вид діяльності, а дехто і справжню роботу мрії. Так само, творчість дає можливість познайомитися з новими людьми, які так само будуть полюбляти цей вид мистецтва.

Фотографія – це один з видів сторітелінгу. Художник пише олівцем або фарбами, а фотографи пишуть світлом. Фотомистецтво використовується в різних інформаційних ресурсах, це може бути ЗМІ, реклама, наукові статті. Це той самий випадок, коли зі світлини ми отримуємо інформацію. Зверніть увагу на статті в журналі, де на постійній основі використовується фотографії, як сенс даної статті, через який люди можуть бачити про що цей текст.

Фотографія набула медійності, а саме викликів та повідомлень, яке треба передавати людству. «Фотографія стає домінуючим типом контенту і в так званих соціальних медіа, що за різними класифікаціями включають у себе форуми, блоги і мікроблоги, контент-спільноти, соціальні мережі, віртуальні ігрові та соціальні світи тощо.» [40,с.73]. Отже, фотографія є медійним видом діяльності.

Фотографія – це виклик в майбутнє. У нашому часі, фотографія стала інноваційною технологією. Завдяки високому цифровому рівню, фотографія з кожним разом набуває різних функцій, камери стають ще більш дорогими та високоякісними. Це дає змогу зрозуміти лише одне, що технології не зупиняються, видно лише постійний прогрес, який не закінчиться ніколи. Тобто, фотографія є засобом реалізації нових технологій.

Фотографія – заклик в просвітництво людини. Фотомистецтво – це теж наука, яку треба вивчати та пізнавати. Мати пейзажну фотографію, не значить висвітлювати соціальну проблему. Світлини дають поштовх зачепити деякі деталі, завдяки яким, фотограф буде мати можливість висвітлити дану тему. Наприклад, забруднення навколишнього середовища. Є фотограф та камера, якщо митець робить фотографію природи, де розкидані пляшки та сміття на травичці, то можна на цьому кадрі наголосити про важливу тему. Через такі методи, висвітлюються теми, відбувається розкриття та відображення думок та тем, які хвилюють митця. Це і є просвітництво, де людина вивчає та відображає це у дійсності. Фотографія стає презентацією соціальних тем та думок.

Фотографія має можливість закарбовувати в пам'яті події, відображати реальність та передавати соціальну значимість.

У наш час фотографія перестає бути просто ілюстративним елементом наукових текстів і розглядається як самостійний об'єкт дослідження. Вона володіє унікальною здатністю фіксувати, зберігати та передавати інформацію у часі, а також відтворювати минуле в майбутньому. Фотографія є засобом передачі знань та досвіду через покоління, сприяє збагаченню культурної пам'яті та стимулює мотивацію для дослідження історії [20].

Фотографія – це нове полотно для митця. Малою те, що бачиш та відчуваєш, це про внутрішній стан фотографа. Фотомистецтво стало для фотографів як сенс життя, де можна втілювати в реальність все що забажаєш. Для багатьох митців, цей вид мистецтва про спокій за зосередження, про сплеск емоцій через зображення. Завдяки світлинам, фотографи мають можливість демонструвати свою творчість, своє мистецтво бачити світ через об'єктив камери.

Якщо брати в порівняння живопис, то художники намагалися передати реальність, не вдаючись в подробиці про внутрішній світ, у той самий час фотографи намагаються через зовнішню картинку вдатися до внутрішніх почуттів. Про це пише авторка книги «Століття нонконформізму в українському візуальному мистецтві» Леся Смирна. Авторка стверджує

«...фотографія намагалася перетворити зовнішність на внутрішність, а художники, вдаючись до занять фотографією, намагалися ставати фотохудожниками: плинність часу і статичність простору (навіть якщо він сприймався як динамічний) в їхньому розумінні повною мірою могли бути схоплені об'єктивом камери й авторською технікою подолання об'єктивної одноманітності відтворення форми.» [32, с.425].

Проаналізувавши роль фотографії в культурному середовищі, можна зробити висновок, що фотографія посідає важливе та центральне місце в культурному середовищі. Це один із видів мистецтва, який впливає на культурне сприйняття людини, дозволяє вивчати, пізнавати та створювати.

1.3. Фотографія як ідея постмодернізму

Фотографія є методом філософського мислення, де можна проаналізувати її походження, порівнювати з іншими жанрами мистецтва, та закріплювати даний термін до різних філософських значень. Цінність фотографії з кожним роком стає ще більшою. Існує багато різних філософських точок зору від митців, що значить фотографія, прикладом цього є значення письменниці С'юзен Зонтаг. Автор стверджує, що «Фотографії насправді є зафіксованим досвідом, а камера є ідеальною рукою свідомості в її набувальницькому настрої. Фотографувати - це привласнювати те, що фотографується.» [17,с.2]. Цими реченнями, письменниця дає людям розуміння того, що фотографія означає привласнення будь яких деталей. Тобто, фотографія дає можливість відчувати доступність до світу, що людина може відчувати свою працю як велику та могутню силу.

Цікавої думки щодо фотографії приходить і Ролан Барт. У своїй книзі «Camera Lucida» автор з'ясовує значення та сутність фотографії. Автор пише, що фотографія є однокомпонентною, коли вона збагачує виразність образу, але не подвоює або не спотворює реальність, не порушує реальності [3]. Автор

вважає, що фотографія не лише фіксація реальності, вона має можливість впливати на сприйняття глядача, а також виражати культурні уподобання. Значення фотографії завжди залежить від індивідуального погляду на неї, а також від контексту сприйняття автора та глядача.

У своїх працях «Camera Lucida» та «La Chambre claire», автор зазначає, що «...ніщо не може заважати фотографії бути аналогічною; в той же час, фотографічний поет не має нічого спільного з аналогією (цю характеристику фотографія розділяє з багатьма іншими способами репрезентації). Той реаліст, яким я є і яким я завжди був, коли запевняв, що фотографія є образом без коду — навіть якщо, звісно, певні коди зумовлюють наше прочитання фотографії — той реаліст ніколи не розглядає фотографію як “копію” реальності, але ставиться до неї як до еманациї минулої реальності: це магія, а не мистецтво.»[3, с.88](переклад з англ. мови — авторський). Це означає, що фотографія може емоційно впливати на розум людини, через знімки можна відтворювати образи та реальність цього світу.

Ролан Барт — французький філософ постмодернізму, в своїх творах він сприймає фотографію як одну із течій постмодернізму. Постмодернізм є багатогранним та складним жанром, що характеризується своєю неординарністю, та відмовою від традиціональних правил в мистецтві. Цей жанр означає руйнування канонів, що повністю описує значення фотографії в культурному середовищі. Наприклад, використання технік та стилей фотографами. У фотографів немає конкретних правил щодо використання певних стилів та жанрів, вони постійно експериментують та використовують різні схеми світла, та різні підходи до фотографії. Другий приклад — редагування фотографій. Багато фотографів використовують різні дизайни, графіки або поєднують реальне з віртуальним. Саме в постмодернізмі це і є одною із характеристик даного жанру.

Третій приклад — Поєднання різних жанрів. Злиття пейзажної та документальної фотографії, або спортивна з чорно-білою. Це і є натяк на ідею постмодернізму.

Четвертий приклад – висміювання важливих тем. Це ще один із проявів постмодернізму, де фотографія може використовуватися задля торкання унікальних тем, з елементами іронії та перекручування.

Саме ці приклади говорять нам про те, що фотографи не слідкують за стандартними правилами фотомистецтва. Для того щоб виразити увесь спектр сучасного світу, треба різноманітнити методи роботи, та постійно створювати щось складне та не зрозуміле для суспільства. Ідея постмодернізму в фотомистецтві є гарним прикладом того, як люди завдяки своїм експериментам, відображають усю складність переживань та світоглядів через зображення.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

Фотографія є презентацією душі митця, його документування реальності за допомогою власного бачення.

Історія фотографії наповнена багатьма компонентами, через які людство може зрозуміти та дізнатися зсередини як створювалися фотографії, та яке значення мала фотографія на початку свого існування.

Від винаходу першого фотоапарата, людство прийшло до появи нових жанрів, відкриття фотоательє, виставок та заснування товариства фотографів. Завдяки розвитку цифрової технології, фотографія набула значущості та соціокультурних контекстів. Фотографія стала засобом комунікації, а також продовжує відтворювати соціально важливі теми.

Роль та місце фотографії в культурному середовищі є важливою темою для обговорення. Фотографія слугує для людини творчістю, зберіганням, документуванням а також допомагає виражати свої почуття до світу через об'єктив камери. Через фотографію, ми маємо можливість моніторити життя громадськості, досліджувати та відкривати світ, доносити важливі теми та об'єднуватися. Фотографія стає культурним осередком, же кожен митець має право на висловлювання та представлення ідей.

Фотомистецтво дорівнює постмодернізму, яке носить характер вседозволеності, відходження від правил прийнятого. Саме в цьому контексті фото відображає нові сенси, нову реальність та стає новим поштовхом до власної творчості, власному сприйнятті світу через фото. Експерименти стають закликком в майбутнє, а митці легко знаходять нові шляхи та намагаються створювати те, що не буде відповідати банальності.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТЕНДЕНЦІЇ ФОТОМИСТЕЦТВА В КУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

2.1. Розвиток виставкової діяльності в Україні

Виставкова діяльність в Україні є важливою складовою у культурному розвитку громадськості. Завдяки таким заходам відображається творче життя суспільства, а також створюються платформи, де люди можуть обмінюватися своїми ідеями та планами на подальші організації виставок.

Треба розуміти, що виставкова діяльність несе в собі не лише творчість, а також навчання, просування, продаж та обізнаність. Це один із видів економічного впливу на розвиток країни. Завдяки виставковій діяльності відбувається залученість глядачів, а також залучення інвесторів, які дають виставці так би мовити «новий подих».

Для детального опису виставкової діяльності в Україні, перш за все треба дати визначення даного поняттю.

«Виставка – захід пов'язаний з демонстрацією продукції, товарів та послуг, який сприяє просуванню їх на внутрішній та зовнішній ринок з урахуванням його кон'юнктури, створенню умов для проведення ділових переговорів з метою укладення договорів про постачання або протоколів про наміри, утворення спільних підприємств, отримання інвестицій» [30].

Виставкова діяльність є важливим елементом розвитку ринкових процесів, а також стимулювання позитивних структурних змін в економіці та сприяння науково-технічному і технологічному оновленню вітчизняного виробництва [14, с. 113].

У сучасних умовах виставкова галузь перетворилася на важливий сегмент економіки та сферу професійної діяльності. Виставкова діяльність має власну інфраструктуру, таку як спеціалізована нерухомість, професійні об'єднання та системи підготовки персоналу. Як галузь господарства, вона сприяє створенню національного продукту, нових робочих місць та є джерелом податків інших доходів [29].

Розібравшись з поняттям, переходимо до функцій виставкової діяльності.

Характеристика функцій виставкової діяльності [36].

- Інформаційна функція полягає у сповіщенні фахівців та громадськості про стан окремих сфер економіки та народного господарства країни, а також про сучасні досягнення у технічному й технологічному розвитку та в різних сферах людської діяльності;
- Комунікаційна функція означає налагодження зв'язків з потенційними споживачами, представниками ЗМІ, а також бізнес-партнерами з метою подальшої співпраці;
- Комерційна функція охоплює укладання договорів для купівлі або продажу товарів і послуг, а також виконання конкретних завдань;
- Міжнародна функція охоплює приваблення іноземних інвестицій у внутрішню економіку, підвищення репутації країни на міжнародній арені, виходження виробників на міжнародний ринок, а також інші форми міжнародного співробітництва, такі як обмін досвідом і ознайомлення з новітніми досягненнями в галузі виробництва, економіки, науки і техніки;
- Маркетингова функція охоплює презентацію нового продукту, введення його на ринок, створення попиту та підтримку продажів, а також аналіз ринкових умов (потреб споживачів, конкурентів), рекламні кампанії та

PR. Макроекономічна роль полягає у формуванні загального суспільного продукту, національного доходу країни та прибутку від зовнішньої торгівлі;

- Соціальна роль включає утворення робочих місць через безпосереднє працевлаштування в організаціях, що займаються проведенням виставок, а також через непряме працевлаштування в підприємствах, пов'язаних з виставковою інфраструктурою [36, 8 с.].

Завдяки функціям виставкової діяльності є повне розуміння того, для чого людству потрібні ці заходи та як вони впливають на різні аспекти життя.

Виставкова діяльність почала своє існування ще з 19 століття, але розквіт існування в Україні почався з 1990-х років, коли Україна стала незалежною державою.

Основними місцями виставкової активності в кінці 19 на початку 20 століття на території України були міста Київ, Харків, Одеса та Херсон. Серед найвідоміших спеціалізованих сільськогосподарських виставок можна відзначити виставку мериносового вівчарства у Харкові (1870 рік), виставку виноградарства та виноробства в Одесі (1870 рік), а також міжнародну виставку мериносового вівчарства у Харкові (1889 рік). [36, 21 с.].

Період Першої світової війни був максимально забутим, бо саме в цей період не проводилися ніякі виставки через початок війни.

Період Другої світової війни є обмеженим для виставкової діяльності. Більшість закладів були зачинені або використовувались зали для складу військових потреб.

Період з 1990 року славиться початком нової виставкової діяльності для України. Через розвиток технологій та глобалізацію економіки, виставкова діяльність почала набирати обертів та стрімко розвивалась не тільки в межах країни. Саме в цей час Україна почала проводити виставки за кордоном, які привертати увагу інвесторів. Завдяки цим аспектам, Україна почала розвиток туризму та пізнаваності на мистецькому ринку. Виставки та ярмарки стали головним атрибутом розвитку та просуванню культури на світовому рівні, а також стали початком відкриття нових виставкових центрів, музеїв тощо.

2.2. Розвиток фотовиставок в Україні

Виставки завжди асоціювалися з демонстрацією картин, скульптур, або як раніше виставки сільського господарства. У наші часи досить популярним заходом вважаються фотовиставки. Фотохудожники влаштовують виставки з будь-яких причин, але головні з них – демонстрація своєї творчості та висвітлення тем та важливих повідомлень для суспільства.

Існування фотовиставок мають довгу історію, де спочатку з'являється фотографія, потім відкриваються фотоательє а вже потім створюються товариства фотографів, які прославляють свої твори на весь світ. Так сталося в Україні, де фотографія має різні сенси, різні функції та особливості.

Поява товариств фотографів-аматорів було найрозповсюдженішим явищем в Україні з 1890-х років.

Наприклад, до таких товариств належали: Кримське (засноване у 1896 році), Єлисаветградське (у 1906 році), Харківське (у 1905 році), Подільське (у 1908 році) та Волинське (у 1910 році). Важне місце в історії української фотографії займає діяльність відомого товариства фотографів-аматорів з Києва, відомого як "Дагер" (1901-1917) [38].

Товариство фотографів з Єлисаветграда. У перших роках існування фотографічні заклади у Єлисаветграді мали різні назви, такі як "Кабінет-портрет", "Візит-портрет", "Портрет-сувенір", "Фотосалон", "Фотографічний заклад" [41, с.38].

На сьогоднішній день існує Українська Асоціація Професійних Фотографів (UAPP). Це організація, яка об'єднує професійних фотографів та розвиває фото індустрію завдяки майстер-класів, виставок та семінарів. Організація має свій власний сайт, де розміщує роботи фотографів, проекти з виставкової, дослідницької та соціальної діяльності.

У команді Асоціації Професійних Фотографів налічується 69 фотографа, які розподілені за трьома жанрами фотографії – Арт, Комерційна, Документальна та Військова фотографія.

«Комерційна фотографія – Попик Тетяна, Наталія Вовк, Олександр Сляднев, Юрій Балан, Андрій Черлат, Ярослав Данильчинко та інші.

Документальна фотографія – Олег Пальчик, Данило Павлов, Які Ляшенко, Іва Сідаш, Ольга Іващенко, Євгеній Завгородній, Роман Пилипій та інші.

Арт фотографія – Ревун Андрій, Сергій Мельниченко, Олег Оприско, Марія Кавзан, Лев Савицький, Роман Пятковка та інші.

Військова фотографія – Павло Петров, Валентин Кузан, Сергій Михальчук, Кирило Барановський, Ірина Рибаківа, Ревун Андрій та Олег Пальчик.»[2].

Проекти Асоціації Українських Професійних Фотографів.

Аналізуючи проекти АУПФ можна зробити висновок, що останні виставки були присвячені воєнним подіям в Україні. Через це, багато виставок було проведено за кордоном, а саме в Чехії, Нью-Йорку, Кіпрі тощо. Проведення виставок за кордоном нам говорить лиш про одне – світ повинен бачити що відбувається в Україні.

У рамках Фестивалю Photoville у Нью-Йорку, США, відбулася виставка "Свідчення: Документування Воєнних Злочинів у Маріуполі, Україна", яка тривала 16 днів, а саме з 3 по 18 червня 2023 року. Цей проєкт виставки став можливим завдяки співпраці між FRONTLINE PBS та УАПФ.

На виставці були представлені твори українських документалістів, членів УАПФ – Мстислава Чернова і Євгена Малолітки. Їхня робота висвітлювала жахливі злочини, скоєні росіянами під час окупації Маріуполя, зокрема напад на пологовий будинок, що став символом жорстокості цієї війни[9].

Ця виставка про злочини та документування. Завдяки даному заходу, глядачі мають можливість бачити реальну картину того, що злочинці зробили з

містом на населенням України. Виставка сприяє особистому рівню розуміння ситуації, а також стає нажалі, документуванням історичних подій світу.

«Војујі і за нас», Пелт (Бельгія), Х'юстон (США), Прага, Хеб (Чехія).

Популярна виставка учасників UAPP пов'язана з асоціацією професійних фотографів, Чехії та союзу європейських фотографів. На виставці було представлено близько 100 фотографій, які підтверджують правдивість агресії та геноциду Росії, про звичайних людей у війнах та війнах нашого народу не тільки заради свободи, але й заради свободи всього світу [7].

Завдяки цій фотовиставці, фотографи намагалися передати увесь біль та почуття. Головною метою був відбиток війни на світ, як війна може шкодити світу в усіх аспектах. Ця виставка націлена на показ правди, реальності, документування подій, а також задля відкриття очей людей. Завдяки фотографам та їх світлинам, люди змогли відчути та зрозуміти наслідки катастрофи, яка відбувається в Україні.

Українська Асоціація Професійних Фотографів (УАПФ), спільно з Посольством України в Республіці Кіпр, організувала серію виставок під назвою «Трагедія 21 століття в центрі Європи». Ці заходи мали благодійний характер, дозволяючи відвідувачам пожертвувати кошти на Фонд невідкладної підтримки журналістів і фотографів. Відбувалася демонстрація робіт таких фотографів: Мар'яна Кушніра, В'ячеслава Ратинського, Олексія Фурмана, Аліни Смутко, Макса Левіна, Катерини Москалюк, Сергія Михальчука, Сергія Коровайного, Павла Дорогого, Юрка Дячишина, Євгена Малолетки і Мстислава Чернова. Жахливі та жорстокі зображення війни, представлені на виставках, — це реальність, у якій український народ живе вже понад три місяці[11].

Реальність, яка нажалі існує в 21 столітті. Руйнування міст та селищ, велика кількість померлих, а також сотні солдатів, які віддали своє життя та серце за Україну[11].

Виставка стає важливим повідомленням для Європи. Через фотографії українські фотографи висвітлюють проблеми та розповсюджують свідчення

про війну. Даний захід про трагедію, з якою мають бути ознайомлені різні країни.

Три фотовиставки, три за кордоном. Важливість даних заходів є актуальною, особливо в тій ситуації, в якій знаходиться Україна.

Проаналізувавши фотовиставки за кордоном, детальніше зупинимося на сильних та слабких сторонах.

Сильні сторони:

- Підтримка – Шляхом демонстрації ситуації в Україні через фотографії можна залучити увагу міжнародного суспільства, задля заклику про допомогу та підтримку.
- Заклик до дій – Завдяки доказам у вигляді зображень, глядачі можуть не тільки звернути увагу, а також долучитися до певних дій. Приклад – збір коштів, підписання петицій тощо.
- Підтримка фотографів – Виставка демонструє не тільки проблему або повідомлення, а також працю митця над світлинами. Ризикуючи життям, фотографи все одно виконують свою роботу, щоб світ бачив це своїми власними очами.
- Привертання уваги глядача – Проблеми мають бачити, на них треба акцентувати увагу.

Слабкі сторони:

- Слабка ефективність – Не кожна людина буде приділяти увагу фотографії, а особливо фотовиставці. Це все замінюють соціальні мережі.
- Різне сприйняття ситуації – У кожній країні свої власні принципи, культурні та політичні думки. Сприйняття повідомлення може по-різному відображатись на людині та її думки.
- Маніпуляція – Для великої аудиторії фотографії сприймаються по-різному, тож для багатьох це може бути маніпуляцією, а саме показ проблеми з одного боку.

Завдяки розбору слабких та сильних сторін організації фотовиставок за кордоном, фотографи можуть акцентувати для себе важливість проведення

виставок. Виходячи з ситуації, проведення фотовиставок за кордоном є важливим інструментом, яким має користуватися суспільство. Підвищення свідомості наразі є найважливішою метою організації фотовиставки за кордоном.

Виставки, які проходять на території України.

Бахмут – Обличчя Геноциду (1942-2022). Київ, Україна.

Проект, який розповідає людству про дві страшні трагедії – Бахмут 2022 рік та «Бахмутський Бабин Яр». Виставка об'єднує в собі дві трагедії та проводить паралель між ними. Проект включає фотовиставку сучасних трагедій, фотоархів Голокосту 1942 року та мистецьку інсталяцію, що пов'язує дві трагедії. Мета інсталяції - підкреслити безглуздість і жах війни, що триває [6].

Завдяки фотовиставці маємо можливість спостерігати про її функції та значущість, які доносяться до глядачів. Свідомість та освіта, залучення уваги, пам'ять та документування, заклик до дій – повідомлення даного заходу.

Виставка «Російські воєнні злочини»

17 липня PinchukArtCentre відкрив виставку "Коли віра рухає гори". Проект створено Фондом Віктора Пінчука та PinchukArtCentre у співпраці з Офісом Президента України та Міністерством закордонних справ України, а такж "Українською правдою" та Асоціацією професійних фотохудожників України. Вперше робота була представлена на Всесвітньому економічному форумі в Давосі 23 травня 2022 року [10].

Виставка об'єднала роботи багатьох фотографів, які ризикуючи своїм життям документували реальність. Поєднання болю та творчості митців – це про реалії життя українців.

«Лінія зіткнення», Київ, ВДНГ.

На фотовиставці було предоставлено 150 документальних фотографій та відео, які були зроблені за два роки війни. Фотографи – Костянтин та Влада Ліберови. На фотовиставці були такі знімки – «Кладовище снарядів у Харкові», «30 годин на нулі», «Останній штурм Да Вінчі» тощо. Виставка проходила 17

днів, квиток – за донат від 100 гривень. Також можна було придбати роботи фотографів[8].

Про діяльність цих фотографів зараз чує кожен українець. Кожна світлина, яку ми бачимо в новинах або в соціальних мережах – зроблена цими фотографами. З весільних фотографів, їм прийшлося стати військовими. Ризикуючи життям, вони всеодно не перестають фотографувати та документувати події. Влаштували виставку не просто так, а за донати від глядачів, що повністю дає розуміння того, що їхня діяльність спрямована на допомогу військовим.

Проаналізувавши фотовиставки на території України можна виділити слабкі та сильні сторони організації виставок на території України.

Сильні сторони:

- Платформа для спілкування – У темні часи завжди є промінь світла, тож проведення фотовиставок є гарною платформою для нових знайомств, обговорення фотографій, а також висловлювання думок та почуттів.
- Підтримка митців – Нові можливості для фотографів, демонстрація робіт на велику аудиторію.
- Привернення уваги та підвищення свідомості – Акцентування тем та повідомлень на важливі теми.
- Культурна освіта – Не треба забувати про важливість культурних заходів, які можуть буди корисними для розумовчої та нервової системи.

Слабкі сторони:

- Безпека – Ситуація в країні є небезпечною, тож пошуки місця для проведення фотовиставки має бути ретельними.
- Доступність – Відвідування виставок може бути недоступним для багатьох мешканців, якщо виставка коштує грошей.
- Фінансові питання – Виставки це завжди затратно, тож тут має бути створений план про фінансування. Власні кошти або гранти.

Фотовиставки існують, та найголовніше – сприяють формуванню світогляду, а також є засобом підтримки та функціонування культурної програми суспільства.

2.3. Проблеми популяризації фотомистецтва в суспільстві

Існування фрази «Фотографія – це моє хобі» постійно набирає обертів в суспільстві. Чи є фотографи, які зароблять великі кошти тільки на цій справі, не маючи основного доходу. Відповідь – не існує. Фотомистецтво є поширеним видом мистецтва, але його фінансова частина є мінімальною, що може викликати сум митців.

Популяризація фотомистецтва постійно розвивається, але цінність роботи фотографи постійно знижується через нерозуміння суспільством фото справи. Для детальнішого розуміння питання, перелічимо проблеми популяризації фотомистецтва.

- Низький рівень освіти – Навчання та розуміння фотографії є важливим інструментом в даній справі. Якщо прибрати ці два компонента, то станеться зниження цінності фотографії в суспільстві.
- Недоступність до культурних заходів – Фотовиставки мають існувати в культурному середовищі. Через виставки митці можуть демонструвати свої можливості та доносити повідомлення в світ. Обмеження даних заходів знижує цікавість суспільства до фотомистецтва.
- Конкуренція між фотографами – Поява великої кількості фотографів, які заповнили увесь простір інтернету.
- Конкуренція між жанрами мистецтва – Зниження популяризації фотомистецтва через конкуренцію з такими жанрами мистецтва, як скульптура, живопис тощо.
- Недостатня ясність у критеріях оцінки якості може ускладнити вибір високоякісних фотографій та знизити інтерес глядачів.

Головні проблеми популяризації фотомистецтва, які мають перерости в перспективи популяризації фотомистецтва. Для вирішення цих проблем важливо сприяти освіті, створювати доступні платформи для виставок і подій, розвивати критичне мислення щодо оцінки фотографій та підтримувати розвиток та популяризацію фотомистецтва серед молоді та громадськості загалом.

2.4. Перспективи розвитку фотомистецтва в Україні

Перш ніж роздивлятися перспективи фотомистецтва, треба зазначити про різноманітні ефекти, до яких привели виставки. Виставкова діяльність повністю пов'язана з економічною діяльністю.

Виставкова діяльність відрізняється тим, що має мультиплікативний та відкладений ефекти. Різниця між відкладеним та мультиплікативним ефектом полягає у їхній природі та часовому характері.

У виставковій діяльності відкладений ефект може полягати у збільшенні продажів або підвищенні інтересу до представлених продуктів чи послуг після завершення виставки.

Мультиплікативний ефект може виявлятися у зростанні обсягів продажу, підвищенні відвідуваності подій, розвитку бізнесу та стимулюванні інновацій [12].

У 1931 році англійський економіст Р. Кейн вперше використав термін "мультиплікатор" в економічній теорії [35].

Отже, ефект мультиплікаційної виставкової діяльності полягає в тому, що виставки можуть надавати такий значний вплив - збадьорена економіки, приваблення інвестицій, підвищення статусу міста чи регіону, посилення освіти та інформованості.

Зважаючи на розглянуті аспекти, можна зробити наступний висновок про вплив виставки на економіку, культуру та суспільство завдяки відкладеному та мультиплікаційному ефектам.

Виходячи з даних 2013 – 2014 роках, маємо такі статистичні дані: Найбільша кількість виставкових заходів, а саме 219 (24%), відбулася в Києві. У Одеській області було проведено 149 заходів (16%), у Житомирській області - 57 заходів (6%) [18].

Ці дані говорять нам про те, що головний розвиток виставкової діяльності припадає на центральну частину України. Найменша кількість проведення виставок було в Донецькій області через воєнні дії з 2014 року.

На сьогоднішній день більшість виставки так само проводяться у центральній частині України, а також до цього переліку приєдналася Західна частина. Бо саме в Західній частині країни знаходиться велика кількість населення через воєнні дії 2022 року в Україні. Переселенців багато, тож існування виставок та культурних заходів розширюється. Через доволі безпечну територію України, організатори намагаються проводити більше заходів для населення країни. Чого не скажеш про Донецьку область, яка є наполовину окупованою територією, але є міста, які все ж таки під владою України та мають густе населення.

Перспективи розвитку фотомистецтва в Україні.

Майбутнє фотомистецтва в Україні обіцяє бути вражаючим та перспективним. З ростом популярності цифрових технологій та доступності фотокамер та смартфонів з камерами, все більше людей проявляє інтерес до фотографії. Це сприятиме розвитку мистецтва в країні та його позиціонуванню на світовій арені. Більше того, Інтернет і соціальні мережі створюють можливості для співпраці, обміну досвідом та публікації фотографій, що допомагає фотографам знайти свою аудиторію та отримати визнання. Зростаючий інтерес до фотомистецтва відкриває нові можливості для професійних фотографів у таких галузях, як реклама, журналістика, мода та

архітектура. Крім того, фотовиставки, майстер-класи та фотографічні фестивалі сприяють обміну ідеями та сприяють творчому розвитку цієї галузі.

Розглядаючи ситуацію в Донецькій області, можна прийти до висновку, що проблеми розвитку фотомистецтва залежать від економічних, політичних та культурних умов в регіоні. Відсутність платформ для виставкової діяльності а також плив політичних умов в області є найважливішими перевагами для організації фотовиставок.

Маючи деякі проблеми, людство завжди тягнеться до перспектив розвитку. Тож, які є перспективи розвитку фотомистецтва в Донецькій області. Якщо місто є відносно спокійним, а також ж велика кількість населення, то організація виставки є реальним дійством.

Перспектива популяризації фотомистецтва в Донецькій області є важливим фактором, що сприятиме культурному та соціальному розвитку регіону. Організація фотовиставок сприяє розвитку творчого потенціалу фотографів міста, а також є способом обміну думок та ідей. Фотовиставка є методом заспокоєння та внутрішньої рівноваги для мешканців міста, які кожен день знаходяться в тяжкій ситуації. Відновлення нервової системи, культурна освіченість та соціально психологічний вплив – є метою організацій фотовиставок в Донецькій області.

Покращення умов для виставкової діяльності та забезпечення доступу до сучасних технологій може позитивно позначитися на розвитку фотографії в області. Один зі способів вирішення проблеми та розвиток перспективи фотомистецтва може бути створення та проведення фотовиставки, що сприятиме популяризації культури фотомистецтва в одному з міст Донецької області.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

Розвиток виставкової діяльності в Україні продемонстрував стале та неперервне зростання. Цей сегмент стає все більш активним і важливим як для культурного, так і для економічного життя країни. Зростаючий інтерес до виставок серед громадськості та у бізнес-середовищі, а також збільшення числа та різноманітності подій свідчать про постійний потенціал у цій сфері в Україні.

Розвиток фотовиставок в Україні відображає поступовий наріст інтересу до фотомистецтва у країні. Фотовиставки перетворюються на не лише місце демонстрації робіт талановитих фотографів, але і на платформу для обміну ідеями, навчання та спілкування між фахівцями та глядачами. Наразі велика кількість фотовиставок проходить на тематику воєнних дій в країні.

Популяризація фотомистецтва в суспільстві може стати складною з огляду на різноманітні фактори, такі як недостатність освітніх програм, обмежений доступ до культурних заходів та нестачу медійної підтримки. Деякі люди можуть не розуміти фотографію як мистецтво або не вважати його важливою складовою культурного життя. Для вирішення цих проблем необхідно покращувати освітні програми в галузі фотографії, просувати фотомистецтво через різноманітні медіа, організовувати доступні культурні заходи та приділяти більше уваги фотографії у загальному дискурсі.

Розвиток виставкової діяльності в Донецькій області має ключове значення для її культурного та соціального прогресу. Розвиток виставкової сфери може привертати увагу до фотомистецтва, унікальної культурної спадщини області та сучасного творчого середовища. Однак реалізація цього потенціалу вимагатиме спільних зусиль органів влади, мистецьких спільнот та громадськості для створення стійкої та стабільної платформи розвитку виставкового мистецтва в регіоні.

РОЗДІЛ III. ПРОЄКТ ФОТОВИСТАВКИ «FEEL EARTH» У М. ДРУЖКІВКА

Feel Earth – це новий подих та спокій, який хочеться подарувати рідному місту. Фотовиставка, яка служить для людини терапією та рефлексією. Завдяки світлинам, люди можуть поринути у світ спокою, якого дуже сильно не вистачає. Це важливий крок у новий етап життя. Демонструвати ці роботи – це неймовірно гарний досвід, але не треба забувати, що тим самим прагнемо показати людині що таке фотомистецтво, як воно може впливати на людей, та як виставкова діяльність може допомогти розвиватися місту та взагалі області.

Завдання проєкту – підкреслити можливість фотографії в культурному середовищі міста.

Ідея фотовиставки – презентувати мешканцям міста фотомистецтво, як напрям діяльності, який приносить відчуття задоволення, натхнення та психологічне заспокоєння.

Актуальність фотовиставки. Донецька область вражає своєю природньою красою, де річки, луки, ліси та озера створюють чудові можливості для фотографів. На жаль, з 2014 року ця область стала мішенню для конфлікту, що ставить під загрозу її красу та велич. Однак, навіть у таких умовах, місто Дружківка відзначається своїми живописними вулицями та приємною атмосферою. Фотовиставка може стати важливим кроком для популяризації фотомистецтва в цьому місті та стане справжньою психологічною підтримкою для його місцевого населення.

Населення є надзвичайною цінністю, яку варто належним чином підтримувати та надихати. Фотовиставка є дуже популярним засобом підтримки та відпочинку. Фотографія – це потужний інструмент, який передає емоції та почуття. Зображення природи, які використовуються в цьому проєкті на тему «Відчуття природи», транслиують її красу та велич, емоції та спокій. У період війни людям потрібно знаходити позитивні відволікання, а ніщо не

робить це краще, ніж природа. Знімки деталей природи можуть надавати терапевтичний та рефлексивний ефект, особливо мешканцям міста Дружківки. У цьому проєкті важлива місія – спонукати людей, розглядаючи фотографії, відчувати зв'язок з природою та замислюватися про те, як вона може сприяти спокійному та обдуманому життю.

Головною проблемою проєкту «Feel Earth» є низький рівень популяризації фотомистецтва, а також виставкової діяльності через воєнні дії, які відбуваються в Донецькій області. Через дані події, мешканці міста не мають доступу до культурних заходів.

Дерево проблем або дерево рішень проєкту «Feel Earth»

Для виявлення проблем та їх рішення складаємо дану модель. Результати представлені на рисунку 3.1.



Рисунок 3.1 «Дерево проблем проєкту «Feel Earth»

Дерево рішень є методом графічного аналізу прийняття рішень у ситуаціях невизначеності. Воно моделює процес знаходження оптимального рішення як послідовність альтернативних виборів, кожна з яких відображається у вигляді розгалужень на дереві [33].

Отже, для вирішення даної проблеми та усунення негативних наслідків створюємо соціокультурний проєкт.

Мета проєкту – передати спокій та підтримку через фотографії природи. Сформувані увагу глядача на фотомистецтві, як атмосферний напрям діяльності.

Задля правильного формулювання цілей використовуємо метод дерево цілей. Дерево цілей — це візуальна схема, яка відображає основні та підпорядковані цілі проєкту. Цей інструмент аналізу допомагає узгоджувати цілі на різних рівнях та масштабах [43].

Для виявлення цілей проєкту складаємо графічний рисунок.

Результати представлені на рисунку 3.2.



Рисунок 3.2 «Дерево цілей»

Сформувавши цілі проєкту, переходимо до завдань фотовиставки.

Завдання фотовиставки:

- Підготовка (Формат, Тема, Концепція, Відбір фотографій);
- Пошук джерел фінансування;
- Формування матеріально-технічної бази (Локація, обладнання, логістика);
- Маркетингова концепція комунікації (Реклама та PR);
- Організація відкриття (Розробка програми, планування, організація експозицій);
- Оформлення відкриття;
- Аналіз результатів.

Для подальшого розвитку та створення фотовиставки скористаємося аббревіатурою «4W», на питання якої будемо відповідати детально (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

«4W»

Хто (Who)	Фотограф, який демонструє свої роботи – Павлова Катерина
Що (What)	Фотовиставка «Feel Earth» демонструє Макрофотографії та Пейзажні фото.
Коли (When)	Влітку, 17.06.2024 – 22.06.2024.
Де (Where)	м. Дружківка, Донецька область. ГО «Нова Дружківка», вул. Машинобудівників,58.

Для того, щоб правильно проаналізувати та оцінити ідею проєкту використовуємо модель SMART-аналіз або SMART-тест. Ця концепція використовується у сфері проєктування та управління і включає в себе критерії. Аналіз SMART допомагає запам'ятати критерії, якими повинна відповідати добре сформульована мета, та використовувати їх як орієнтир у разі ускладнень [16].

Отже, розшифровка SMART:

Конкретність – цілі мають бути чітко сформульованими, визначеними і встановлені на певний строк;

Вивірюваність – цілі повинні бути вимірюваними за допомогою конкретних метрик, що відображають якість, кількість та вартість;

Досяжність – цілі мають бути реалістичними і досяжними з урахуванням наявних знань, досвіду, ресурсів і т. п.;

Реалістичність – цілі повинні бути амбіційними, але при цьому досяжними, вимагаючи відповідних зусиль;

Контрольованість – дата перегляду досягнення цілей має бути чітко визначена і узгоджена [16].

Результати цілей в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

SMART-аналіз проєкту

S	Фотовиставка «Feel Earth» забезпече підтримку та відпочинок місцевому населенню, а також стане початком популяризація фотомистецтва.
M	Ми прагнемо досягти певних результатів, а саме повна зала людей на фотовиставці та тренінгу. Тренінг – 40 людей (2 рази), фотовиставка – 140 людей (6 днів).
A	Проект містить різноманітні ресурси, людські, матеріальні та політичні. Мета є реальною.
R	Проект має приносити вигоду кожному з учасників, організаторам – матеріальна вигода, учасникам фотовиставки – пізнавальна та духовна.
T	Проект є короткостроковим, з 17.06 по 22.06 червня 2024 року.

Проект є актуальним на сьогоднішній день. Організація даного дійства є спробою підтримки та культурної освіченості. Оскільки місто Дружківка є

прифронтовим містом, але все ще не окупованим, там все ще є люди, які вертаються додому та потребують маленьких культурних заходів.

Для досягнення найкращого результату та проведення виставки, треба визначитися з етапами планування та розглянути деталі організації більш детально.

План організації фотовиставки.

- Тема та концепція фотовиставки;
- Аудиторія
- Технічна база
- Матеріальна база
- Спонсори та зацікавлені сторони
- Розробка програми
- Маркетинг та просування

План створений, тому можна переходити до аналізу кожного з пунктів.

Перший і найважливіший етап – це пошук теми фотовиставки та розробка власної концепції.

Тема виставки – Відображення краси природи через фотографію.

Концепція – Почуття природи через об'єкти.

Основне повідомлення – відображення природньої сили та краси через її різні деталі. Природа є джерелом зв'язку зі світом, а також природа є спокоєм та натхненням для більшості людей, тому любов до деталей природи привертає увагу до того, щоб організувати фотовиставку. На фотовиставці хочемо продемонструвати людям, що треба помічати перед собою прості речі, які можуть допомагати. Мова йде про такі види фото як макрофотографія та пейзаж. Звертання уваги до краси та величі невеликих деталей природи, призведе до того, що людина помітить, як сила природи може впливати на її емоційний та моральний стан.

Унікальність: Тематика та Концепція, Креативний підхід (використання таких жанрів: макрофотографія та пейзаж), Інтерактивність, Акцентування на повідомленні.

Рациональні мотиви фотовиставки: Знання та інформація (нові знання про фотомистецтво – види фотографії, різноманіття природи, екосистеми); Фотографічні техніки (техніка зйомки, композиція, обробка фотографії); Підтримка фотографа та спільноти фотографів.

Емоційні мотиви фотовиставки: Естетичне задоволення; Мотивація, Почуття дива; Зв'язок людини з природою, Рефлексія.

Інтелектуальна власність фотовиставки.

Авторські права на фотографії; Дизайн – розроблений організатором; Брендуння – розробка логотипу та постеру; Організація фотовиставки; Договори з учасника виставки.

Наступний пункт – Аудиторія фотовиставки. Для цього скористаємося таблицею, та повністю опишемо головну характеристику цільову аудиторію.

Таблиця 3.3

Цільова аудиторія проєкту

Стать	Чоловіча та Жіноча
Вік	Без обмежень
Географічне охоплення	м. Дружківка та увесь регіон
Сімейний стан	Не важливий
Сфера зайнятості	Люди, які цікавляться мистецтвом
Інтереси	Цікавляться відвідувати культурні заходи (концерти, мистецькі заходи), поважають природу.
Цілі	Знайомство, відпочинок, розширити своє коло розуміння цього мистецтва, Знайти однодумців.
Проблеми	Обмеженість культурних заходів
Місце, де шукає вирішення проблем	Пошук інших заходів за допомогою інтернету

Цільова аудиторія фотовиставки.

Місцеві жителі; Фотографи – аматори міста; Медіа – ЗМІ; Представники культурного центру, де проводиться фотовиставка.

Завдяки опису цільової аудиторії, можемо правильно розтавити переваги, знайти больові точки та прислуховуватись до бажать аудиторії.

SWOT-аналіз проєкту

У проєктному менеджменті використання SWOT-аналізу дозволяє оцінити проєкт з урахуванням його сильних та слабких сторін, а також сприятливих можливостей та потенційних загроз. Згідно з PMBOK Guide, цей метод використовується для ідентифікації ризиків з метою розширення усвідомлення ризиків, включаючи ті, що виникають в середині проєкту [34].

Для оцінки внутрішніх сильних та слабких сторін, а також загроз та можливостей використовуємо «SWOT-Аналіз».

Таблиця 3.4

SWOT-Аналіз фотовиставки « Feel Earth»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Виставка спрямована на створення потужного візуального враження, привертаючи увагу аудиторії за допомогою фотографій природи.	Логістика (етап підготовки та організації заходу має багато деталей).
Виставки створюють можливість розповісти історію за допомогою фотографій, ефективно передаючи повідомлення та емоції.	Залежність від спонсорів виявляється у важливості фінансової підтримки, адже успіх виставки може вплинути на зацікавленість потенційних спонсорів.

Продовження таблиці 3.4

Виставка сприяє збагаченню культурного життя міста та регіону. Вона також відкриває можливості для встановлення зв'язків, дозволяючи виставити власні твори.	Виставка є тимчасовою.
Можливості	Загрози
Співпраця з індивідуальними клієнтами, які стають покупцями.	Економічний фактор, через який більшість глядачів не будуть мати доступ до культурних заходів.
Розширення аудиторії за рахунок привернення нових груп відвідувачів на сторінці в соціальних мережах.	Не буде інтересу до цієї виставки.
Використання технологій для створення інтерактивної взаємодії.	Пандемії та збої (Зовнішні чинники можуть порушувати планування та проведення виставок).

Наступний пункт – Технічна база проєкту. Технічна база передбачає такі етапи роботи – місце, час дії, організаційна структура.

Місце дії – місцем проведення фотовиставки є місто Дружківка, Донецька область. Організація фотовиставки проходить у громадській організації «Нова Дружківка». Дана організація має своє власне приміщення, де можна орендувати зал для організації цього проєкту. А також, ця організація пропонує використання їхнього обладнання.

Час дії – фотовиставка триватиме 6 днів 17.06-22.06.2024 року, з понеділка по суботу. Найкомфортнішим часом для проведення заходу було виявлено час з 11:00 – 15:00.

Організаційна структура проєктної команди «Feel Earth»

Для чіткого визначення складу команди, розподіляємо на напрями - Керівництво, маркетинговий відділ, технічний персонал. А також прописуємо обов'язки кожного учасника. Повний список учасників команди представлено у виді графічного Рисунку 3.3

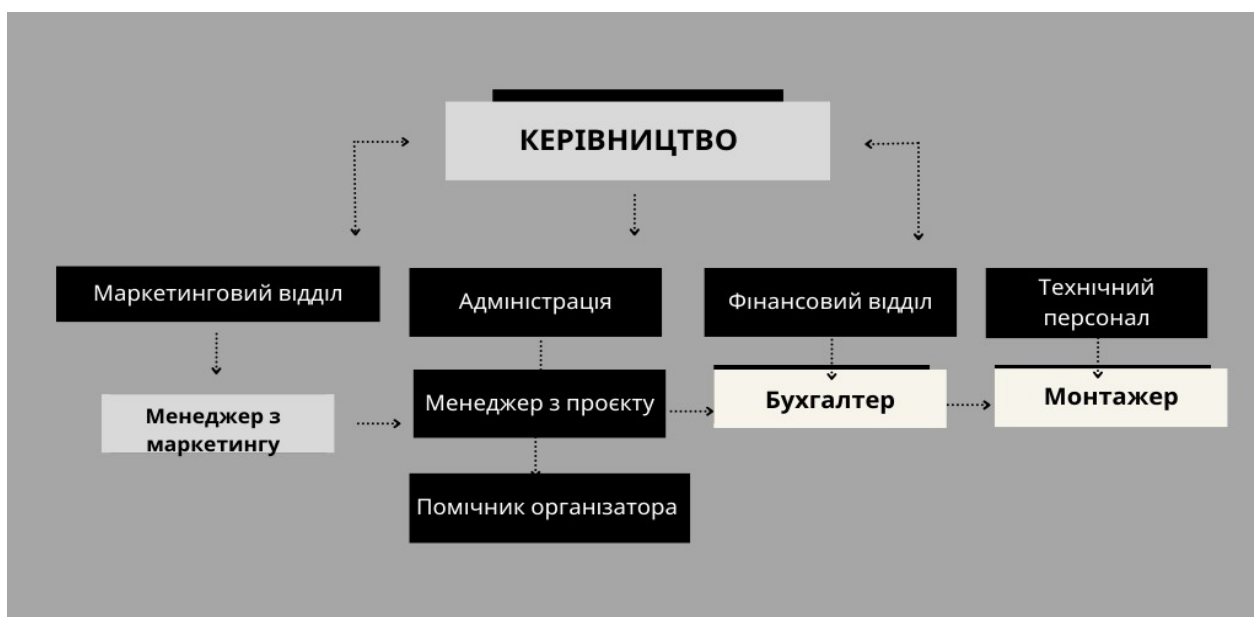


Рисунок 3.3 «Організаційна структура проєктної команди»

Таблиця 3.5

Організаційна структура та обов'язки учасників проєкту

Назва відділу	Посада	Обов'язки
Адміністрація	Організатор	Організація та координація роботи всієї команди, включаючи вибір та розміщення фотографій, взаємодія з учасниками та відвідувачами. Створення концепції виставки, формування команди та розробка розкладу програми. Взаємодія з медіа та реагування на можливі проблеми під час виставки.
	Помічник організатора	Виконує роль адміністративної роботи, тобто ведення документації, підготовка розкладу роботи. Допомога у підготовці транспортування фотографії. Допомога у розстановці експонатів та дизайну, звіт про хід виставки.

Продовження таблиці 3.5

Технічний персонал	Монтажер	Підготовка місця проведення, Монтаж фотографій, Освітлення, Робота зі звітом про монтаж експозицій, Контроль якості, Оформлення експозицій.
Фінансовий відділ	Бухгалтер	Планування бюджету, Звітність, Контроль витрат, Забезпечення відповідності до податків.
Маркетинговий відділ	Менеджер з маркетингу	Розробка стратегії маркетингу, вивчення та аналіз цільової аудиторії, просування в соціальних мережах та продаж квитків, взаємодія з представниками медіа, співпраця з іншими організаціями, аналіз результатів.

Наступний крок – Матеріальна база. Приписання бюджету та витрат. Для забезпечення необхідних ресурсів створюємо матеріальну базу, де повністю будуть розписані організаційні деталі проведення виставки (Таблиця 3.5).

Для того, щоб проводити фотовиставку, організатор реєструється як ФОП, щоб мати дозвіл на проведення та реалізацію проєкту. Було обрано 2 групу, до якої входять такі види діяльності: Виставкова діяльність; Діяльність фотографа; Продаж фотографій.

Таблиця 3.6

Матеріальна база фотовиставки «Feel Earth»

Оренда приміщення	Поспілкувавшись з організацією, де буде проводитися виставка, була озвучена сума оренди залу. Один день – 600 грн.. Приміщення маленьке, але має гарне освітлення з білими стінами. Також до оренди входить проєктор, екран та маркерна дошка. Виставка проходить шість днів, тому маємо такі розрахунки: $(600 * 6) - 15\% = 3060$ грн.
-------------------	--

Продовження таблиці 3.6

Реквізити	Друк фото 30x40 на ПВХ 3 мм – 10 шт. Одна фотографія – 300 грн., 300 * 10 – 3000 грн. 10 фото 15x21 – 150 грн (фотопапір). Ролл-ап-стенд – 80 на 200 вже з дизайном (2100 грн). Сумарна витрата на фото реквізити = 5250 грн. Якщо враховувати спонсорську знижку від рекламної агенції «Броско», то виходить 4462 грн. Картон А4 100 шт – 315 грн. Фарби акварель – 240 грн (4 шт по 60 грн). Клей олівець – 100 грн (набір 12 шт.). Журнали збираються власними силами. Питна вода – 40 л (200 грн) + стакани (200 штук) 150 грн
Єдиний податок 2 групи ФОП	1340 грн
Заробітна плата	Помічник організатора – 192 грн за день. 6 днів – 1152. Менеджер маркетингу – 192 грн за день. 6 днів – 1152 грн. Монтажер – 192 грн за день. 6 днів – 1152 грн. Бухгалтер – працює до початку проекту, 576 грн за 2 дня, по 6 годин на день.
Витрати	Заробітна плата – 4032 грн. Оренда – 3060 грн. Реквізити – 5467 грн. Єдиний податок – 1340 грн. Сумарно: 13899 грн.
Прибуток	Квитки – вхід (100 грн). Купити квитки можна онлайн через Інстаграм сторінку. Тренінг «Створюй власне зображення» – 350 грн за людину. Максимальна кількість – 20 людей. Тренінг буде проходити 2 рази.

Надання можливості фотографам міста представити свої портфоліо. Майстри мають змогу звернутися до команди з пропозицією виставити свої знімки на фотовиставці, що сприяє цікавому формату заходу та просуванню їх творчості через послуги організатора. Фотографії будуть демонструватися за

допомогою проєктора з контактною інформацією та посиланнями на соціальні мережі. Вартість рекламного місця становить 200 гривень.

Квитки ($100 * 20 = 2000$ грн. максимум за добу) + Тренінг ($350 * 40 = 14000$ грн. максимум двічі за весь час роботи виставки). Потенційно максимальний прибуток не враховуючи рекламні місця для фотографів = 26000 грн. Якщо відняти загальні витрати від максимально потенційного прибутку, то чистий прибуток дорівнює 12101 грн. Акцентуємо увагу на тому, що ця сума без врахування рекламних місць. Їхня кількість дізнається до початку виставки, а також під час виставки.

Спонсори та зацікавлені сторони.

Спонсорство виступає як форма підтримки та приваблення учасників. Менеджер з маркетингу відповідає за пошук спонсорів та взаємодію з ЗМІ. За допомогою підтримки спонсорів можна вирішити фінансові питання, пов'язані з організацією фотовиставки. Це сприяє активізації та підвищенню попиту на продукцію спонсорів в обмін на їх участь та допомогу в організації.

Спонсорами фотовиставки можуть бути також Громадська організація "Нова Дружківка", яка надає приміщення для оренди. Ця організація є центром об'єднання активних мешканців Дружківки, і її присутність можна рекламувати на виставці. Укладено домовленість про знижку 15% на оренду приміщення, замість 3600 гривень заплатимо 3060 гривень. Рекламна агенція «Броско» – гарний приклад спонсорів, так як їхня праця пов'язана з друком та вироблення плакатів та стендів. Через рекламу на заході маємо можливість домовитися про допомогу з друком фотографій та виготовлення стенду. Знижка 15 % на виготовлення всієї продукції.

Як буде відбуватися реклама? У залі є проєктор, на якому можна демонструвати потенційну рекламу цих компаній.

Зацікавлені учасники:

Місцева влада – важливий розвиток виставкової сфери в місті та залучення інвестицій та партнерів для сприяння розвитку громади.

Громадськість – особи, що проявляють інтерес до фотомистецтва та природи, стають активною аудиторією виставки.

Туристичні компанії – розглядають виставку як інструмент для збільшення інтересу до туристичних місць у подібних областях.

ЗМІ – можуть бути зацікавлені у виставці як новій темі для своїх програм та матеріалів, а також як джерело новинних історій.

Фотографи міста – можуть отримати нові знання та натхнення, відкриваючи для себе нові жанри та техніки.

Розробка програми та експозиції: Фотовиставка буде мати свою програму, яка складається з таймінгу (Таблиця 3.7).

Таблиця 3.7

«Таймінг»

9:00 – 10:40	Монтаж
11:00	Відкриття виставки
11:00 – 15:00	Експозиційні зали (опис кожної фотографії, тема та концепція)
11:30 – 13:30	Перегляд авторських відео природи
15:00	Закриття виставки
15:00 – 16:00	Демонтаж виставки
16:00 – 18:00	Тренінг «Створюй власне зображення»

Створений таймінг, дозволяє організатором правильно продумати хід подій, який буде відбуватися на виставці. Це створює правильну та чітку організацію роботи. Також глядачі можуть купити роботи на виставці, ціни будуть оголошені організатором вже на самому заході.

Організатор виставки проведе тренінг «Портретна арт-терапія», спрямований на створення культурного середовища та відпочинок учасників. Основною темою заходу є спокій, який буде втілено через фотографії. Учасники матимуть можливість використовувати різні техніки, такі як

малювання та колажування, для створення своїх власних зображень. Тренінг включатиме різноманітні психологічні вправи, можливість спілкування та перегляд авторських відео. На завершення заходу, фотограф Катерина зробить портретні фотозйомки кожному учаснику.

Маркетинг та просування.

Треба розуміти, що виставку побачили, треба зацікавити людей прийти на неї. Завдяки рекламі та правильній маркетинговій стратегії можна досягти успіхів.

На фотовиставці буде працювати менеджер маркетингу, у якого будуть обов'язки, які стосуються просування фотовиставки. Головний обов'язок – створення стратегії маркетингу на фотовиставці (Таблиця 3.8).

Таблиця 3.8

Стратегія маркетингу

Активне користування соціальними мережами	Використання Інстаграму та Фейсбуку, де буде публікуватися програма заходу та продаж квитків, використання хештегів та публікацій за кулісами та взаємодія з підписниками. Фотограф, який виставляє свої роботи на виставці вже має свою власну сторінку зі світлинами, які просуває. Тому це створює полегшення менеджеру з маркетингу. Саме з цієї сторінки буде відбуватися просування фотовиставки в соціальних мережах.
Медіа – партнерство	Залучення ЗМІ для оголошення та покриття виставки. Можливість надання ексклюзивних матеріалів для журналістів. Написання та відправка прес-релізу.
Електроні ресурси	Використання інтерактивних мап для залучення уваги.
Аналіз та оптимізація	Постійний моніторинг ефективності компанії та аналіз відгуків для вдосконалення стратегії маркетингу в реальному часі.

Написання прес-релізу грає важливу роль в комунікації зі ЗМІ. Задля проєкту був розроблений прес-реліз, який можна побачити на Рисунку 3.3.

Персональна фотовиставка «FEEL.EARTH»

ГО «Халва ХАБ»

Прес-реліз

03.06.2024

м. Дружківка

З 17 по 22 червня, у приміщенні ГО «Халва Хаб» відбудеться персональна фотовиставка фотохудожниці Катерини Павлової «Feel Earth» присвячена природі рідного краю.

Автор демонструє такі жанри фото, як макрофотографія та пейзаж.

На цій виставці будуть показані фотографії, які відображають красу та силу природи. «Перша персональна виставка - це показник певних досягнень в фотомистецтві, та повідомлення про передачу почуттів природи через камеру для глядачів» - підкреслила на відкритті Тетяна Погребняк, фотограф та соціальний діяч міста Дружківки.

Учасницею виставки є фотограф-аматор Катерина, яка представляє в експозиції зали свої фотороботи. Багато творів про стиль фото «Макро», який повністю відтворює кожну деталь природи. Спонсорами фотовиставки є Рекламна Агенція «Броско» та «Халва Хаб», які є зацікавленими сторонами проєкту.

Виставка складається з двох етапів - перегляд та практика. На першому етапі кожна людина може стати глядачами та критиками, роздивляючись фотороботи митця. На другому етапі глядачі можуть створити власну картину, прийшовши на Тренінг «Створюй власне зображення». Портретна - Терапія створена для того, щоб люди змогли відобразити зображення через різні види мистецтва (Колажування та Малювання). Цей тренінг для рефлексії, яку потребують мешканці цього міста. Розмови про фотомистецтва та психологічні вправи стануть в нагоді.

Саме природа створює для людини певну терапію в складних життєвих ситуаціях, вона допомагає та надихає.

Контактна особа: Сергій Пронкін

Тел. (+380) 66-838-434-7

Pavlovakata39@gmail.com

Також, для гарного просування фотовиставки використовується платформа «Instagram», акаунт – @feel.earth_ , де розміщуються новини та квитки на виставку та тренінг. Завдяки цій платформі, ми можемо демонструвати наші постери, рекламні повідомлення та челенджи для аудиторії.

Для кращої організації маркетингових комунікації, був створений контент-календар проєкту (Таблиця 3.9).

Таблиця 3.9

«Контент-календар проєкту»

Події маркетингової комунікації	Дата
Написання та відправлення Прес-релізу	10.06.2024
Виготовлення постеру	11.06.2024
Написання рекламного повідомлення для сторінки в соціальних мережах	13.06.2024
Викладання основного матеріалу про виставку на сторінку в Instagram	14.06.2024

Був розроблений постер, який буде закликати глядачів прийти на фотовиставку. Постер можна подивитися на Рисунку 3.4.



Рисунок 3.4 «Логотип заходу»

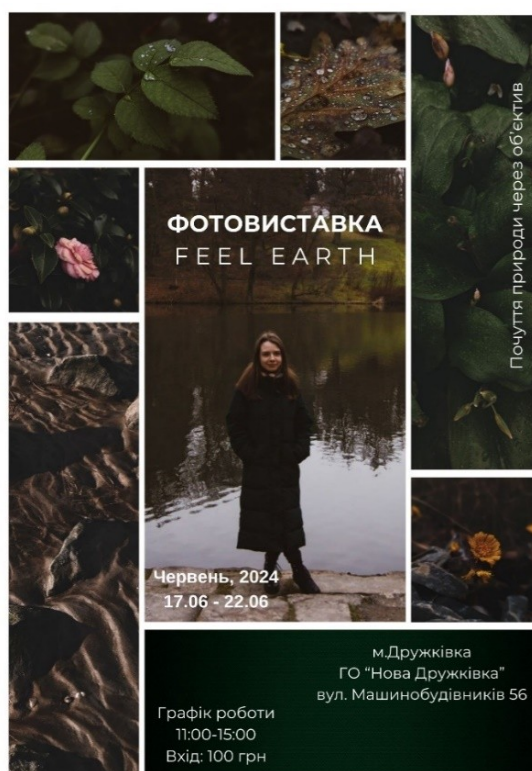


Рисунок 3.5 «Постер заходу»

Розробка постеру та логотипу: Фотовиставка на тему природу має фірмовий стиль, такий як поєднання трьох головних кольорів. Темно-зелений,

коричневий, помаранчевий – кольори природності та спокою. Так само ці кольори використовуються на головній сторінці Instagram, яку веде фотограф. Тож розробка постеру та логотипу відповідає кольорам виставки.

Використання рекламного повідомлення також сприяє на розвиток та просування фотовиставки в соціальних мережах.

Приклад Рекламного повідомлення:

Заголовок: Відчуй кожну деталь природи через об'єktiv

Текст: Запрошуємо Вас у світ природи через об'єktiv фотоапарата! Дізнайтеся, як звичайні краплини після дощу стають дивовижним шедевром, завдяки чуйності митця та фіксуючої камери. Наші макрознімки розкривають усю велич природи та передають спокій та тепло. Дозволь собі відчути цю магію, та поринути у чарівний куточок атмосфери та натхнення.

Завдяки фотографіям та тренінгу, який буде відбуватися після фотовиставки, кожен може поринути у світ творчості та рефлексії. Не пропустить цю унікальну можливість зануритися у гармонію природу. Дозволь своїй голові відпочити!

Цілі рекламного повідомлення: Інформування, Привернення уваги, Створення емоційного зв'язку, Залучення аудиторії, Розвиток фотомистецтва, Розкриття переваг, Підвищення свідомості.

Отже, проєкт проаналізовано та детально описано. Створення плану грає важливу роль у проведенні фотовиставки. Якщо керуватися планом, застосовувати контроль та вести звіт, проєкт зможе досягти успіхів.

Результати: Після проведення фотовиставки маємо можливість оцінити її ефективність за такими принципами, які показані в (Таблиці 3.10).

Таблиця 3.10

«Критерії ефективності виставки»

Кількість відвідувачів	Залучення уваги глядача на фотомистецтво
Відношення витрат до прибутку	Задоволеність глядачів
Емоційна реакція глядачів	Кількість відміток в соціальних мережах

Для того, щоб оцінити ефективність проведення заходу було створено Анкету-опитування для відвідувачів, яку можна подивитися у Додатку 5.

Анкета-опитування допоможе отримати відгуки про виставку, а також дозволяє зібрати інформацію про інтереси та вподобання відвідувачів. Так само анкета-опитування може бути використана як звіт перед спонсорами.

Завдяки цьому проєкту, організатор має велику можливість розвивати свої навички менеджера організатора. Також вирішується проблема, яка є в місті та області – формування поглядів людей на фотомистецтво та його розвиток, та забезпечення підтримки та відпочинку місцевого населення. Створення виставкової діяльності в місті створить купол спокою, якого не вистачає місцевим жителям. Цей проєкт для розвитку, надії та освіченості.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

Розробка фотовиставки «Feel Earth» є перспективним методом розширення виставкової діяльності в Донецькій області. Завдяки даному проєкту, ми надаємо психологічну та емоційну підтримку місцевому населенню через фото, яке постійно живе в умовах війни, а також надаємо культурний розвиток громадськості.

Проєкт націлений на людей, на їх моральний стан та культурну освіченість. Завдяки фотомистецтву, ми можемо розвивати потенціал людей, створювати нові площадки спілкування, торкатися важливих тем та проговорювати їх. Фотографії природи є рефлексією та спокоєм, бо саме природа зцілює та відновлює. Спільні зусилля у напрямку розвитку фотомистецтва сприятимуть формуванню світогляду людей на даний вид мистецтва, а також надають позитивний вплив на життя громадськості.

Завдяки цьому проєкту збагачується культурне середовище, а шанувальники фотомистецтва відкривають для себе нові можливості та

ресурси. Через даний проєкт, ми можемо спостерігати за новим потоком визнання нових фотографів-аматорів в місті, а можливо і відкриття нових фотовиставок. Головним результатом успішної виставки є сформований світогляд на фотомистецтва, а також відпочинок та перезавантаження морального стану мешканців міста.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного у кваліфікаційній роботі дослідження можна зробити висновок.

Презентація фотографії в культурному середовищі міста має велике значення та вплив, а також перетворюється на засіб вираження та спілкування. Фотограф – це та людина, яка висвітлює свої почуття, ідеї та думки через світлини, які відтворюють реальність, передають культурні цінності та ідентичність суспільства. Завдяки фотографії, митець розкриває проблеми та пропонує варіанти їх рішення.

У культурному середовищі міста фотографія сприяє створенню нових платформ для спілкування та дискусій. Крім того, фотовиставка сприяє культурному розвитку громадськості та популяризує фотомистецтво на просторах міста.

Завдяки проведенню фотовиставки мешканці міста отримають порцію натхнення, спокою та творчості. Організація соціокультурного заходу сприяє відновленню емоційного стану людей, поглиблення в історію та розвиток фотомистецтва, та стає можливістю для розкриття свідомості та потенціалу.

Проект розроблений для людей, для їх відновлення та перемикання на прекрасне, у виді фотографій природи. Команда проекту має на меті донесення важливих повідомлень, впливаючи на реакції та думки мешканців.

Розробляючи кваліфікаційну роботу, виконали такі завдання, як проаналізували основні поняття дослідження; дослідили еволюцію мистецтва фотографії в Україні; описали значення використання виставок для презентації фотомистецтва в культурному середовищі; дослідили роль та місце фотографії в культурному середовищі; проаналізували функціонування виставкової діяльності фотомистецтва в Україні; оцінили проблеми та перспективи популяризації фотомистецтва; розробили соціокультурний проект виставки фотомистецтва; оцінили ефективність та результати проекту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аршевська М. В. Проблема оцінки ефективності виставкової діяльності. Маркетинг реклама, 2014. 53–57 с.
2. Асоціація Українських Професійних Фотографів. URL: Українська Асоціація Професійних Фотографів | UAPP (ukrainianphotographers.com) (дата звернення: 02.05.2024).
3. Барт Р. Camera Lucida. Нотування фотографії. Київ: Moksop., 2022. 88 с.
4. Блага Н. В. Управління проектами: навч. посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 152 с.
5. Введенський О. Історія львівської фотографії. URL: <http://portal.lviv.ua/digest/2004/05/17/122648.html> (дата звернення: 25.04.2024).
6. Виставка Бахмут – обличчя геноциду (1942-2022). URL: БАХМУТ – ОБЛИЧЧЯ ГЕНОЦИДУ (1942-2022) | UAPP (ukrainianphotographers.com) (дата звернення: 02.05.2024).
7. Виставка Војујí i za nás. URL: Војујí i za nás | UAPP (ukrainianphotographers.com) (дата звернення: 02.05.2024).

8. Виставка Лінія зіткнення. URL: «Лінія зіткнення»: виставка фронтових фотографій Ліберових - ВДНГ - просп. Академіка Глушкова, 1, Київ (kyivmaps.com) (дата звернення: 02.05.2024).
9. Виставкові проєкти Асоціації Українських Професійних Фотографів. URL: Виставкові проєкти | UAPP (ukrainianphotographers.com) (дата звернення: 02.05.2024).
10. Виставка Російські воєнні злочини. URL: Виставка "Російські воєнні злочини" | UAPP (ukrainianphotographers.com) (дата звернення: 02.05.2024).
11. Виставка Трагедія 21 століття в центрі Європи. URL: Ряд виставок "Tragedy of the 21st century in the centre of Europe" | UAPP (ukrainianphotographers.com) (дата звернення: 02.05.2024).
12. Вплив виставкового бізнесу на економіку міста/ М. В. Босовська та інші /Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 23. с.18
13. Горлова Т. А. Іванова Н. М. Роботи фотографів-художників Харкова 19 –поч. 20 ст. у колекції ХІМ // Одинадцяті Сумцовські читання. Збірник Матеріалів наукової конференції «Подвигу народному жити у віках» 15 квітня 2005 р. / Харків : Харківський історичний музей, 2006. С.124
14. Грищенко І. М. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі / Актуальні проблеми економіки. 2018. № 9. С. 113 – 119.
15. Грушицька І. Б. Розвиток фотографії в Україні (1839 –І пол. ХХ ст.) : зб.наук.пр. / Запоріжжя. Нац. ун-т. Запоріжжя, 2014. № 41. С. 285-291
16. Єгорченков О.В. Єгорченкова Н.Ю. Катаєва Є.Ю. Азбука управління проєктами. Планування : навч. посіб. Київ : КНУ ім.Т.Шевченка, 2017. 13-14 с.
17. Sontag S. On photography. New York: Rosetta Books, 2005. 2 p.
18. Калачова І.В. Виставкова діяльність в Україні: статистичний статист. бюлет./ за ред. І.В. Калачової. Київ : Держкомстат України, 2013. 53 с.
19. Кожушко Л. Ф., Кропивко С. М. Управління проєктами. Київ: Кондор Видавництво, 2015. 388 с.

20. Красилюк Я. В. Фотографія як джерело історичного дослідження. Гуржіївські історичні читання, 2014. Вип 7. 101-103 с.
21. Кукоренчук В.В Вдовиченко Н.В. Фотографія як доказ нашого існування // Вісник КНУКіМ. 2017. № 37 С. 36-45 убрала
22. Міщенко М. М. Сучасне фотомистецтво України: Соціальний досвід та нові художні рішення: зб.наук.пр. / Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» Темат. вип. : Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. НТУ «ХПІ». Харків, 2014. № 37. С. 27-33.
23. Москвич О.Д. Феномен фотографії в контексті медіакультури: монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2021. 156 с.
24. Овсянкін А.М., Казарінов Ю.І. Проектна діяльність: метод посібник. Київ:НАУ, 2015. 28с.
25. Павленко А. Ф., Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика : монографія. Київ: КНЕУ, 2005. 480 с.
26. Панчук Н. Фотографії Тернополя кінця 19 – першої третини 20 століття. Харків: Вісник ХДАДіМ, 2013. 116 с.
27. Пилип'юк В.В. Особливості інформаційно – комунікативних та пізнавальних функцій фотографії. Львів: Вісник Львівського університету, 2015. 271-279 с.
28. Пилип'юк В. В. Фотомистецтво Західної України: навч. посіб. для студ. Рівне: «Світло й тінь», 2008. 47 с.
29. Підгрушний Г. П., Пекар В.О., Денисенко О.О. Виставкова діяльність та її значення як інструменту регіонального розвитку // Укр. геогр. журн. 2009. № 1. 41-49 с.
30. Постанова Кабінету Міністрів України від 22 серпня 2007 р. N 1065 «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні». URL: Про вдосконалення виставково-яр... | від 22.08.2007 № 1065 (rada.gov.ua) (дата звернення: 26.04.2024).

31. Продіус Ю.І, Сутягіна А.В. Проблеми виставкової діяльності в умовах нестабільності зовнішнього середовища / Економіка: реалії часу. Наук. журн. 2016. № 4. С. 162
32. Смирна Л. Століття нонконформізму в українському візуальному мистецтві. Київ: Видавництво «Фенікс», 2017. 425 с
33. Сорока П. М. Іларіонов О.Є. Вирішення проблем прийняття рішень в умовах невизначеності за допомогою дерева рішень// Вісник НТУ «ХПІ». 2016. № 50 С.106–111.
34. Стандарт з управління проєктами та Настанова до зводу знань з управління проєктами PMBOK сьоме видання. URL: <https://pmiukraine.org/pmbok7/> (дата звернення: 02.05.2024).
35. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / монографія. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ, 2009. С. 463
36. Ткаченко Т. І. , Т. П. Дупляк. Виставковий бізнес : монографія /Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ,2016. 244 с.
37. Трачук О. Золотий вік української фотографії. URL:<http://primetour.ua/uk/company/articles/1.html> (дата звернення: 25.04.2024).
38. Урсу Н. О., Гуцул І. А., Підгурний І. С. Мистецтво фотографії в Україні другої половини 19 – початку 20 століття (стилий огляд) // Асоціація науковців України. 2024. № 1. С 883-894
39. Федотова О.О. Становлення та розвиток фотографії на українських землях у дорядянський період. Міжнародна науково-практична конференція молодих учених та студентів «Філософські виміри техніки» : Болгарія, 2020. С. 435-440
40. Цуканова Г. О. Трансформація фотожурналістики у контексті конвергенції медіа. Київ: Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2015. 73 с.
41. Цуканов М. Єлисаветградська фотографія / Погляд у минуле. Кропивницький: Типографія «Айс Принт», 2022. С. 198.

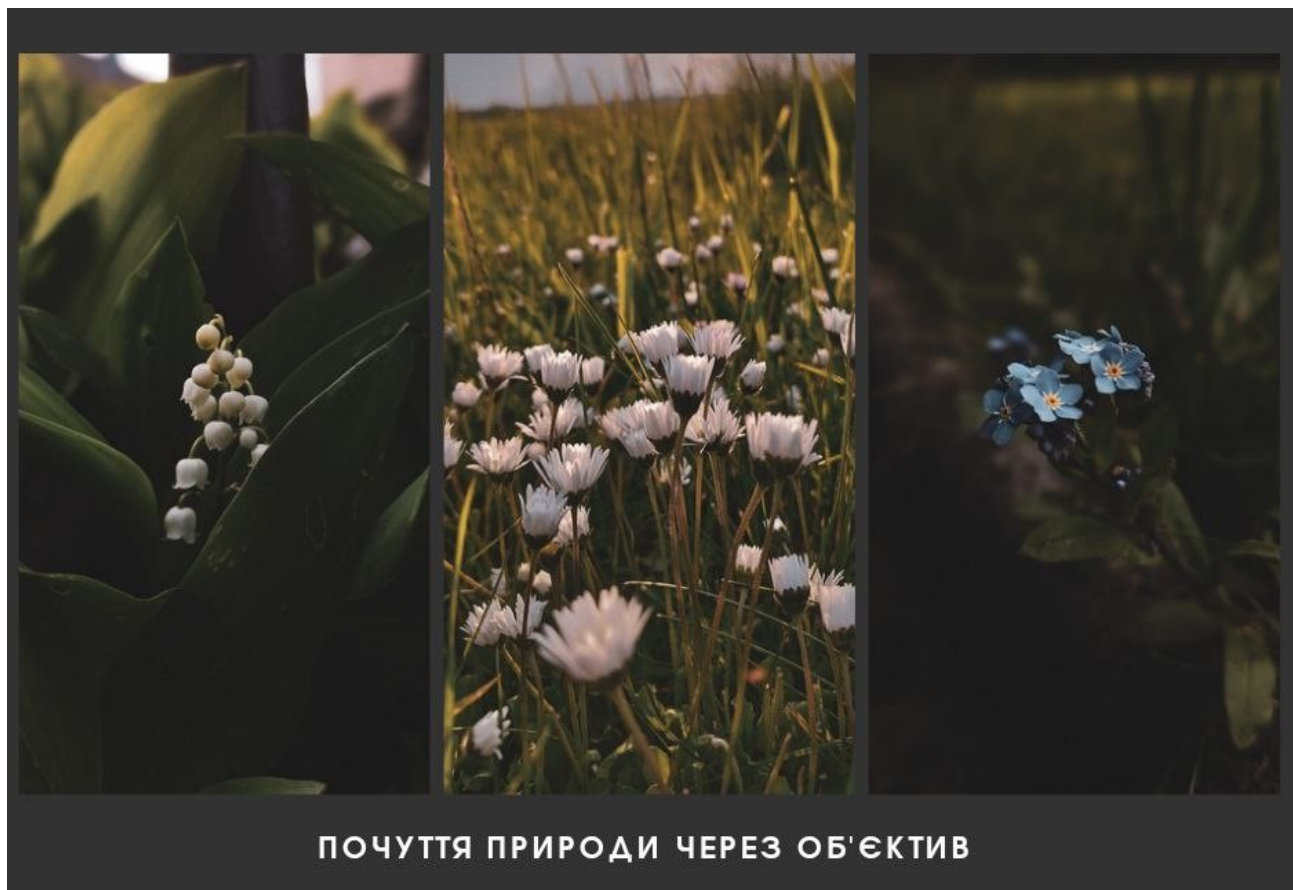
42. Яковленко К.Ю. Військова фотографія як елемент документування подій та засіб маніпуляції / Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2014. № 11. С.126-128

43. Ястремська О.М. Мажник Л.О. Дерево цілей/ Публічне адміністрування : навчальний посібник / Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 52с.

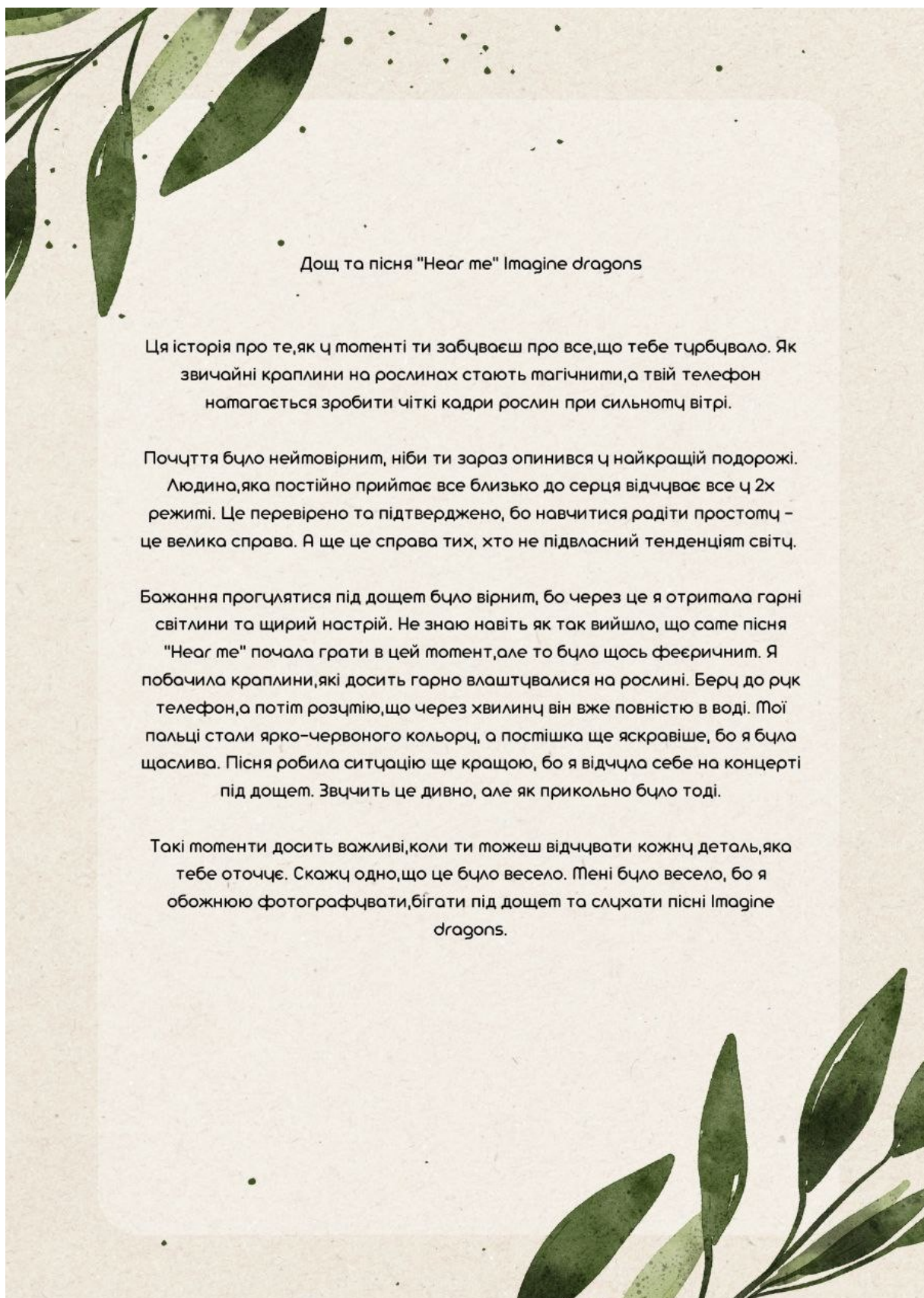
ДОДАТКИ

Додаток 1.

Фотокомпозиція для виставки

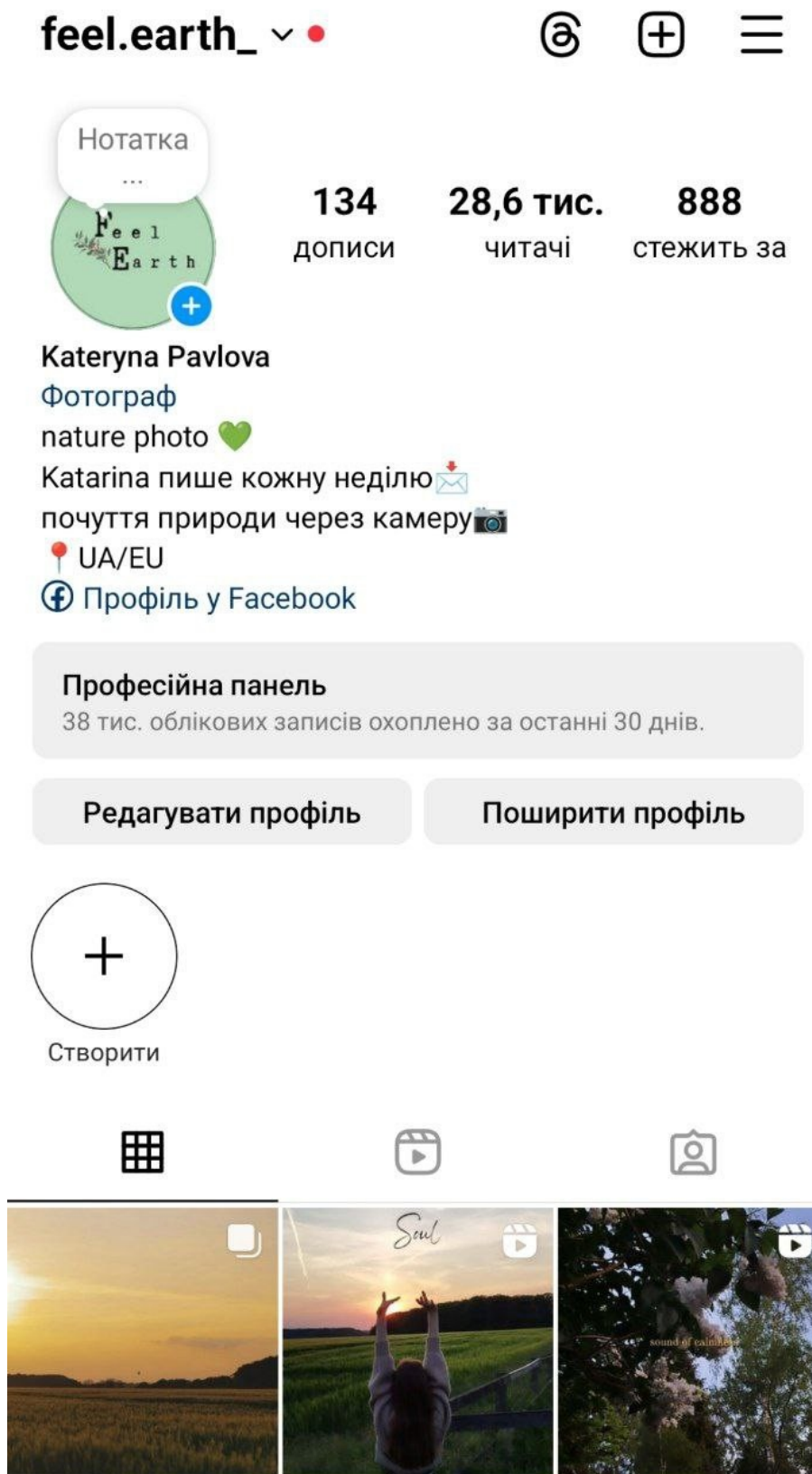


Приклад сторітелінгу на фотовиставці





Сторінка в Instagram, з якої відбувається реклама та просування



Фотокомпозиції на виставці



Анкета – опитування на виставці

FEEL EARTH
Почуття природи через об'єктив

Ім'я _____

Вік ☐ Молодше 18 ☐ 18-35 ☐ 36-45 ☐ 46-60 ☐ 61-75 ☐ Старше 75Гендер ☐ Жінка ☐ Чоловік ☐ Не визначений**Ви відвідували фотовиставки раніше?**☐ Так ☐ Ні**Що Вас привело на цю виставку?**☐ Цікавість до природи ☐ Інтерес до фотографії
☐ Рекомендації знайомих ☐ Інше (вказить що) _____**Як Ви дізналися про цю виставку?**☐ Соціальні мережі ☐ Постер / реклама ☐ Друзі ☐ ЗМІ**Що Ви очікуєте побачити на фотовиставці?**☐ Вражаючі деталі природи ☐ Нові техніки фотографії ☐ Історію фотографії ☐ Нові знайомства**Ви розглядаєте відвідування фотовиставки як джерело натхнення та варіант відпочинку?**☐ Так ☐ Ні

Дякуємо Вам за приділений час та відповіді

FEEL EARTH**Почуття природи через об'єктив****Як Ви оцінюєте загальне враження від виставки?**

- ☐ Відмінно ☐ Добре ☐ Задовільно ☐ Незадовільно

Що Вам найбільше сподобалося на виставці?

- ☐ Тематика ☐ Організація виставки ☐ Відвідування тренінгу

Що Вам найменше сподобалося на виставці?

Виставка вплинула на Ваше ставлення до природи?

- ☐ Так, дуже ☐ скоріш вплинула ☐ скоріш не вплинула ☐ ні, зовсім

Виставка вплинула на Ваш морально-психологічний стан?

- ☐ Так, дуже ☐ скоріш вплинула ☐ скоріш не вплинула ☐ ні, зовсім

На виставці Ви дізналися щось нове про фотомистецтво?

- ☐ Так ☐ Ні

Ви будете відвідувати подібні виставки в майбутньому?

- ☐ Так ☐ Ні

Ви порекомендуєте цю виставку вашим друзям, близьким?

- ☐ Так ☐ Ні

Ваші побажання та пропозиції щодо покращення майбутніх виставок

Дякуємо Вам за приділений час та відповіді