

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ФОТОКНИГИ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ
ЛОКАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА**

Бакалаврський проект
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

студентки IV курсу
групи ВСРб-1-21-4.0д
денної форми навчання
напряму підготовки: 061 Журналістика
спеціальність: 061 Журналістика
освітня програма: «Видавнича справа
та редагування»
Скворцової Єлизавети Олександрівни

Науковий керівник
Магда Євген Валерійович

КИЇВ – 2024**ЗМІСТ**

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ.....	6
1.1. Аналіз культурного контексту та цільової аудиторії фотокниги.....	6
1.2. Дослідження аналогічних проєктів і визначення конкурентних переваг.....	8
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ.....	13
2.1. Загальні відомості про фотокнигу.....	13
2.2. Матеріально-технічне забезпечення реалізації проєкту.....	16
2.3. Орієнтовна вартість проєкту та моделі фінансування.....	18
ВИСНОВКИ.....	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	24
ДОДАТКИ.....	27

ВСТУП

У часи активної глобалізації та динамічного культурного обміну, локальне мистецтво часто залишається на периферії загального культурного простору. Унікальні художні практики, що формуються в певному географічному, соціальному та історичному контексті, потребують нових способів репрезентації, збереження та популяризації. Саме в цьому контексті актуальним стає звернення до фотокниги як до інструменту, здатного візуально транслювати локальні культурні смисли. Фотокнига – це не просто зібрання зображень, а цілісний мистецький продукт, що дозволяє створити наратив, який може стати містком між локальною мистецькою сценою та широкою аудиторією.

Особливу важливість така форма репрезентації набуває для локального мистецтва, яке часто не має доступу до великих медіаплатформ чи комерційної підтримки. Створення фотокниги дозволяє зібрати, осмислити та подати візуальний матеріал у контексті, що підкреслює автентичність, глибину та соціокультурне значення представлених творів або митців.

Крім того, фотокнига – це засіб не лише художнього вираження, а й критичного осмислення дійсності. Вона дозволяє досліднику чи автору поставити власні акценти, інтерпретувати зображення у зв'язку з локальним контекстом, прокласти візуальну «розповідь», що може бути зрозумілою навіть без тексту. Таким чином, фотокнига має потужний просвітницький потенціал – вона формує новий погляд на локальне мистецтво, пробуджує інтерес до нього з боку не лише глядачів, але й дослідників, культурних інституцій та кураторів.

Актуальність розроблення концепції фотокниги також зумовлена тим, що візуальна культура сьогодні є ключовим медіатором сприйняття світу. Люди мислять образами, реагують на візуальні коди, а значення часто закріплюються саме через форму подання. У цьому контексті грамотно створена фотокнига може виступити як візуальний маніфест локального мистецтва, який не лише фіксує його, а й репрезентує у новому світлі, тим самим забезпечуючи його включення в сучасний культурний дискурс.

Об'єкт дослідження: локальне мистецтво.

Предмет дослідження: концепція фотокниги як інструменту для популяризації локального мистецтва.

Мета дослідження: розробити концепцію фотокниги для популяризації локального мистецтва.

Для реалізації мети були досліджені такі **завдання**:

- Зробити аналіз культурного контексту та цільової аудиторії фотокниги.
- Дослідити аналогічні проєкти і визначити конкурентні переваги.
- Пояснити загальні відомості про фотокнигу.
- Зазначити матеріально-технічне забезпечення реалізації проєкту.
- Визначити орієнтовну вартість проєкту та моделі фінансування.

Методи дослідження: аналіз і синтез (для вивчення культурного контексту, дослідження наявних аналогів фотокниг та узагальнення отриманих даних з метою створення унікальної концепції); контент-аналіз (для вивчення існуючих фотокниг і культурних проєктів, визначення їхніх сильних і слабких сторін); SWOT-аналіз (для виявлення сильних, слабких сторін, можливостей та загроз проєкту в культурному середовищі); проєктний метод (для розроблення повноцінної концепції фотокниги з урахуванням технічних, фінансових та змістових аспектів).

Новизна дослідження полягає в розробці унікальної концепції фотокниги, спрямованої на популяризацію локального мистецтва через візуально-комунікативний формат, що поєднує сучасні дизайнерські підходи з культурною ідентичністю регіону. Запропоновано застосувати фотокнигу не лише як художній або документальний об'єкт, а як інструмент соціокультурної інтеграції, який створює діалог між локальними митцями та широкою аудиторією. Дослідження враховує культурний контекст, запити цільової аудиторії, сучасні моделі фінансування і технічні ресурси, що дозволяє розглядати фотокнигу як повноцінний медіапродукт у сфері креативних індустрій.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що розроблена концепція фотокниги може бути реалізована як ефективний інструмент популяризації локального мистецтва, підтримки місцевих художників та промоції культурної спадщини регіону. Отримані результати можуть бути використані митцями, дизайнерами, видавцями, культурними менеджерами та організаціями у сфері креативних індустрій для створення аналогічних проєктів. Крім того, фотокнига може стати платформою для налагодження партнерств між творчими спільнотами, органами місцевого самоврядування та бізнесом, сприяючи розвитку культурного туризму та іміджу територіальних громад.

Структура роботи. Робота складається зі змісту, вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел (22 позиції). Загальний обсяг роботи – 27 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Аналіз культурного контексту та цільової аудиторії фотокниги

Фотокнига як засіб візуального нарративу відіграє важливу роль у збереженні, осмисленні та популяризації локального мистецтва. У світі, де цифрова інформація переважає, візуальні образи стають потужним інструментом передачі смислів, емоцій і цінностей. Фотокнига не лише фіксує окремі художні явища, але й створює цілісну історію про творчість, побут і самотність певної громади або регіону. Вона сприяє формуванню культурної ідентичності, адже, через зображення, глядач має змогу «прочитати» унікальність спільноти, відчути її ритм життя, символи та традиції. У сучасному культурному просторі, де візуальна комунікація набуває особливої ваги, фотокнига виступає не просто засобом фіксації дійсності, а й потужною платформою для інтерпретації, переосмислення та трансляції локального мистецтва у широкий соціальний і культурний контекст [22, с. 163].

Загалом А. Бессараб та О. Шепелев наголошують на тому, що фотокнига є предметом вивчення для фахівців у галузі мистецтвознавства, видавничої справи та дизайну. Однак сьогодні ще не існує єдиного, загальноприйнятого визначення цього поняття [3, с. 117].

А. Сафронова та Р. Михайлова наголошують на тому, що фотокнигу вирізняють такі характерні риси, як ексклюзивність, що проявляється у невеликому тиражі видання; відсутність комерційної орієнтації – більшість таких проєктів є самовиданнями, створеними з ініціативи авторів або малих спільнот; а також тенденція до зростання вартості з часом, що зумовлена високою художньою та колекційною цінністю окремих зразків [14, с. 92].

У статті Р. Михайлової, присвяченій американському фотохудожнику Філіпу Халсману, розглядаються деякі аспекти подання фотографій певного контенту. Ф. Халсман представляв змістово-сміслову програму своїх світлин у кількох фотоальбомах, які об'єднувалися в тематичні серії, що ілюстрували його теорію «джампології». Хоча стаття фокусується лише на творчості одного

фотохудожника, вона дає змогу зрозуміти процес формування серій фотографій, що є важливою складовою фотоальбому як типу видання [10, с. 98].

Загалом історію становлення та розвитку фотокниги, а також її мистецький аспект, переважно висвітлювали закордонні автори, серед яких особливо відомі роботи фотографа Мартіна Парра та критика Геррі Баджера. У їхньому тритомному виданні представлено огляд 200 західноєвропейських та японських фотокниг, починаючи з XIX століття. Хоча це видання охоплює значну кількість зразків, лише третій том надає детальну інформацію про виникнення ідеї фотокниги та процес її створення, включаючи тематичні особливості фотографій — від документальних зображень місцевостей і людей до пропагандистських публікацій. В цьому томі також здійснено аналіз найвідоміших видань другої половини XX століття, зокрема, виділено й оцінено найкращі самвидави, хоча в цілому робота має описовий характер [18].

У дисертаційному дослідженні [3] розглядаються особливості фотокниги порівняно з іншими видами мистецтва, такими як кіно, музика та література. Важливим аспектом є визначення фотокниги як інформаційного середовища, яке перебуває під впливом наративу, що дозволяє створювати багат шарові візуальні історії. Особливу увагу приділено розвитку самовидавництва (селф-паблішинг) фотокниг, що стало характерною рисою XXI століття. Загалом це дозволяє художникам і фотографам самостійно створювати та поширювати свої видання без посередництва великих видавництв, що робить цей процес більш демократичним та доступним для широкої аудиторії.

Цільова аудиторія фотокниги про локальне мистецтво є доволі широкою, однак її головними сегментами є мешканці регіону, представники творчої інтелігенції, дослідники культури, студенти гуманітарних і мистецьких спеціальностей, а також туристи та колекціонери, зацікавлені в автентичних мистецьких проявах. Окрему увагу слід приділити молодіжній аудиторії, яка активно взаємодіє з візуальним контентом через соціальні мережі та медіаплатформи. Молодь формує своє культурне уявлення не лише через традиційні інституції, як-от музеї чи виставки, але й через фотографії, відео,

сторітелінг. Тому фотокнига може стати ефективним містком між традиційною культурою та сучасними формами споживання інформації, посилюючи інтерес молоді до локального мистецтва, викликаючи емоційний відгук і почуття причетності.

Аналіз культурного контексту, в якому створюється фотокнига, передбачає детальне вивчення історичних, соціальних, етнографічних та художніх особливостей регіону. Також потрібно враховувати соціальні та економічні умови, у яких існує культура, її виклики та перспективи. Такий комплексний підхід дає змогу створити не поверхневу збірку зображень, а глибокий культурний продукт, що не лише інформує, а й формує уявлення, пробуджує емоції та стимулює до подальшого вивчення.

Отже, фотокнига у рамках запропонованого проєкту виступає не лише як естетичний продукт, а як культурна платформа. Вона здатна стати засобом візуального діалогу між митцями, дослідниками, громадами та глядачами. Фотокнига сприяє не лише презентації локального мистецтва, а й активізації культурного життя спільноти, збереженню мистецької спадщини, підтримці місцевих авторів і підвищенню цінності регіональної ідентичності в очах самих мешканців та зовнішньої аудиторії.

1.2. Дослідження аналогічних проєктів і визначення конкурентних переваг

Аналіз чинних проєктів фотокниг, що мають на меті популяризацію локального мистецтва, показує важливість декількох факторів, що визначають їхній успіх. В першу чергу це стосується контенту, який виступає не просто як колекція фотографій, а як елемент культурної ідентичності, що містить у собі автентичні риси певного регіону або народної традиції.

Принцип автентичності та глибокого занурення в культурний контекст виступає в якості ключового елементу, завдяки якому фотокниги набувають унікальності та виокремлюються серед інших видань. Локальні художні практики, ремесла та традиції, які часто є основою таких видань, надають їм

характер, що не лише інформує про традиції, але й дозволяє читачам пережити частину історії, культури та мистецтва певного регіону [13, с. 194]. Важливим аспектом є також акцент на історії, яка стоїть за кожним зображенням.

Ще одним важливим аспектом є те, що фотокниги, орієнтовані на популяризацію локального мистецтва, часто набувають статусу колекційних об'єктів, особливо якщо мають обмежений тираж. Варто наголосити, що це є однією з важливих конкурентних переваг таких проєктів, адже для любителів мистецтва та колекціонерів важливим є не лише зміст, але й статус книги як рідкісного та цінного об'єкта. Обмежений тираж фотокниг створює елемент ексклюзивності, який підвищує їхню привабливість. Крім того, високоякісний друк, використання інноваційних технологій в оформленні та дизайні книги додають їй художньої цінності, що робить її об'єктом бажання для колекціонерів. Враховуючи це, фотокниги, що акцентують на локальному мистецтві, мають великий потенціал для того, щоб стати не лише культурним артефактом, але й предметом інвестицій.

Сучасні маркетингові стратегії також відіграють важливу роль у популяризації фотокниг. В умовах сучасного інформаційного суспільства соціальні мережі стали головним каналом просування культури, мистецтва та літератури. Успішні проєкти активно використовують такі платформи, як Instagram, Facebook, Twitter, а також спеціалізовані платформи для продажу книг, такі як Amazon або локальні книжкові інтернет-магазини. Соціальні мережі не лише дозволяють створювати спільноти навколо проєкту, але й дають можливість досягати аудиторії на глобальному рівні. За допомогою соціальних мереж можна організувати віртуальні виставки, запустити рекламні кампанії та навіть організувати збори коштів на підтримку проєкту через краудфандингові платформи.

Наприклад, у дослідженні використання соціальних мереж для просування ремесел у Пеламбанзі зазначено, що 35% ремісників активно використовують соціальні мережі як інструмент для популяризації своїх виробів, зокрема через Facebook, який дозволяє не лише досягати широкої аудиторії, а й безпосередньо

взаємодіяти з потенційними клієнтами через коментарі, відгуки та повідомлення [8].

Співпраця з культурними, освітніми та інституційними організаціями є ще одним важливим елементом, що значно підвищує успіх фотокниг, спрямованих на популяризацію локального мистецтва. Спільні проєкти з музеями, галереями, культурними центрами та університетами дозволяють не лише залучити нові аудиторії, а й отримати підтримку від впливових культурних інституцій. Участь у культурних фестивалях, таких як ГогольFest, Книжковий Арсенал або BookForum, дає можливість фотокнигам отримати більшу видимість та залучити нових читачів і колекціонерів [21]. Такі заходи дають можливість продемонструвати роботу в контексті загальної культурної та художньої програми, а також сприяють налагодженню контактів з іншими митцями та культурними діячами.

Також важливою є можливість включення таких видань у навчальні програми та курси з мистецтва, дизайну чи культури, що дозволяє залучити до цих книг студентів, молодих дослідників і культурних діячів. Загалом така підтримка може послужити стимулом для популяризації локальних художніх практик через наукові дослідження та культурні ініціативи.

Інноваційний підхід до дизайну і формату фотокниги є одним із ключових факторів успіху в конкурентному середовищі. Застосування новітніх технологій у дизайні фотокниги дозволяє зробити її більш інтерактивною та привабливою для сучасних користувачів. Наприклад, додавання цифрових компонентів, таких як QR-коди або вбудовані додатки, що дозволяють побачити відео з процесом створення мистецьких виробів, може значно підвищити враження від перегляду фотокниги. Інноваційний дизайн та використання нестандартних форматів також дозволяють зробити книгу унікальним артоб'єктом, що приваблює не тільки тих, хто цікавиться мистецтвом, а й тих, хто шукає ексклюзивні подарунки або колекційні предмети.

Крім того, сучасний підхід до створення фотокниг може містити їхнє поєднання з іншими видами мистецтва, наприклад, з музикою чи театром.

Можливість інтегрувати інші форми мистецтва, такі як звуковий супровід або театральні постановки, може стати новим підходом до популяризації локального мистецтва, адже це дозволяє створити унікальну сенсорну та емоційну атмосферу для читачів. Завдяки цьому такі проєкти можуть привернути увагу не тільки до локальних художників, а й до культурних та соціальних аспектів регіону, про який йдеться в книзі.

Варто зазначити, що одним із дивовижних прикладів є ініціатива «My London», започаткована організацією Café Art, яка зібрала понад £12,000 через платформу Kickstarter для видання календаря, створеного людьми, що пережили бездомність. Цей проєкт не лише демонструє силу колективної творчості, але й підвищує обізнаність про соціальні проблеми, пропонуючи новий погляд на життя людей, які опинилися на соціальному маргінесі. Ідея полягає в тому, щоб через мистецтво подолати бар'єри між різними соціальними групами, що робить проєкт надзвичайно значущим і важливим на фоні сучасних соціальних проблем [15].

Ще одним вагомим прикладом є проєкт «Portobello» шотландського художника Пітера Джонса, який зібрав £2,665 через платформу Crowdfunder для випуску обмеженого тиражу фотокниги з акварельними зображеннями архітектури прибережного району Единбурга в Шотландії. Проєкт не тільки підкреслює важливість збереження локальної ідентичності через мистецтво, але й залучає місцеву громаду до процесу створення та підтримки культурних ініціатив. Відзначаючи архітектурні особливості одного з найбільш колоритних районів Единбурга, цей проєкт допомагає зберігати культурну спадщину, створюючи унікальний мистецький продукт, який має значний культурний та історичний контекст для місцевих жителів і туристів [17]. Загалом проєкт демонструє, як мистецтво може слугувати засобом збереження та популяризації локальної культури

Отже, розробка концепції фотокниги для популяризації локального мистецтва вимагає ретельного підходу до кожного з вищезгаданих аспектів. Унікальність контенту, висока художня цінність, використання сучасних

маркетингових стратегій, співпраця з культурними установами та інноваційний підхід до дизайну дозволяють створити не лише конкурентоспроможний продукт, але й культурно значущий об'єкт, що відображає спадщину і творчість конкретного регіону. Тільки комплексний підхід до цих аспектів може забезпечити успіх і популяризацію локального мистецтва через фотокниги, підвищуючи їхню роль у сучасній культурній та мистецькій практиці.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

2.1. Загальні відомості про фотокнигу

Ідея створення фотокниги про локальне мистецтво Вінниччини виникла як відповідь на нагальну потребу осмислення й популяризації унікального культурного простору регіону, що поєднує в собі глибинні традиції, національну спадщину, естетичні пошуки сучасних митців і активну креативну діяльність громад. Фотокнига, як жанр, дає можливість візуально передати багатство, кольорову палітру, емоційне наповнення та глибинний сенс локального мистецтва через якісну фотографію, живий текст, персональні історії митців та занурення у простір, де твориться й зберігається культурна спадщина.

Головною метою видання є не лише показати мистецтво Вінниччини, але й заново відкрити його для самих мешканців області, для всієї України й світу. Загалом це спроба подати регіон як осередок самобутньої, динамічної, багатогранної культури, де історія і сучасність творять єдиний, живий мистецький організм. Фотокнига має стати мостом між минулим і теперішнім, між традиційною народною творчістю та сучасним мистецтвом, між локальним і глобальним, між митцем і глядачем.

Це не просто збірка світлин – це цілісне візуальне та смислове полотно, у якому кожна сторінка говорить, дихає, резонує з емоціями, уявленнями та цінностями українців, нагадуючи, що локальне мистецтво – це не щось архаїчне чи периферійне, а серцевина нашої ідентичності.

Фотокнига про Вінниччину буде побудована за принципом глибоко продуманої драматургії. Це означає, що кожен її розділ – не випадковий набір матеріалу, а логічний фрагмент єдиного культурного наративу. Умовно її можна поділити на кілька основних блоків:

Фотокнига буде візуально оформлена як високоякісний глянцевиий журнал – великоформатний, з насиченим кольоровим друком, щільним папером, що

дозволяє передати багатство фактури й кольору мистецьких об'єктів. Стилiстика – сучасна, з елементами етномінімалізму, що поєднує фотографічну документальність з художньою інтерпретацією. Особлива увага приділятиметься композиції сторінок, типографіці, ритміці подачі матеріалу, щоб читання стало своєрідною подорожжю.

Цільова аудиторія:

- Митці, культурні діячі, куратори
- Вчителі мистецтва, студенти мистецьких і гуманітарних спеціальностей
- Мешканці Вінниччини, які хочуть краще пізнати свій край
- Внутрішні та міжнародні туристи
- Дослідники, етнографи, історики культури
- Представники органів влади, які займаються культурною політикою
- Благодійні фонди, культурні інституції, що підтримують локальні ініціативи
- Загальна читацька аудиторія, яка цікавиться мистецтвом, фотографією, українською культурою

Варто зазначити, що фотокнига виконує важливу роль у збереженні, презентації та переосмисленні мистецької спадщини Вінниччини. Вона фіксує та документує творчість регіональних митців, архітектурні пам'ятки, елементи народного мистецтва, сучасні художні практики, що формують унікальний культурний ландшафт Вінницької області. Через фотографії, коментарі, історичні довідки та художні інтерпретації фотокнига стає інструментом передачі пам'яті наступним поколінням. Водночас вона слугує платформою для переосмислення традицій, відкриття нових смислів і контекстів, що дає змогу інтегрувати локальну спадщину у сучасний мистецький дискурс.

Також фотокнига має потужний просвітницький потенціал: вона сприяє формуванню уявлення про культуру Вінниччини як про живий і цінний пласт національної культури. Візуальні образи супроводжуються текстами, які знайомлять читача з контекстом створення мистецьких об'єктів, біографіями авторів, соціальною та історичною реальністю, що впливала на формування

художнього процесу. Фотокнига стає джерелом знань для школярів, студентів, дослідників культури, а також для широкого загалу, відкриваючи перед ними глибину та багатство регіонального мистецтва.

Фотокнига є майданчиком для діалогу між митцями та глядачами, між локальною громадою та представниками національного та міжнародного культурного середовища. Вона сприяє поширенню творчих ідей, залучає нову аудиторію до культурного процесу, розкриває мистецький потенціал Вінниччини. Через візуальну мову фотографії, яка є універсальною, фотокнига розширює горизонти сприйняття та дає змогу налагодити міжкультурну комунікацію, вийти за межі регіонального простору та заявити про себе на рівні країни чи світу.

Вона виконує роль візуального путівника, що розкриває Вінниччину як привабливий напрямок для культурного туризму. Вона знайомить із маловідомими, але унікальними локаціями, фестивалями, музеями, творчими ініціативами, які можуть зацікавити туристів. Завдяки емоційно насиченим зображенням і якісній презентації культурних об'єктів, фотокнига мотивує до відвідування регіону, сприяє розвитку туристичної інфраструктури та підвищує інвестиційну привабливість галузі.

Також фотокнига сприяє зміцненню локальної ідентичності, викликає почуття гордості за рідний край, підтримує усвідомлення культурної самобутності. Вона формує позитивний імідж регіону серед його мешканців, показуючи, що Вінниччина – це не лише географічне місце, а простір натхнення, творчості, глибокої історичної пам'яті та сучасного культурного розвитку. У такий спосіб фотокнига підвищує самоцінність регіону, сприяє соціальній згуртованості, підтримує регіональний патріотизм і культурне самоусвідомлення.

Отже, фотокнига, присвячена мистецтву Вінниччини, виконує низку важливих функцій, що роблять її цінним інструментом не лише для збереження, а й для актуалізації культурної спадщини регіону.

2.2. Матеріально-технічне забезпечення реалізації проєкту

Для повноцінної реалізації проєкту з підготовки, створення та видання фотокниги про мистецтво Вінниччини необхідне ретельно продумане та якісно організоване матеріально-технічне забезпечення. Воно охоплює низку важливих компонентів, кожен з яких є необхідною умовою досягнення високого рівня змістового, візуального та поліграфічного результату.

Однією з основ фотокниги є візуальний матеріал – фотографії, які повинні бути виконані на найвищому професійному рівні. Для цього необхідно:

- Професійна фототехніка: цифрові дзеркальні та бездзеркальні камери з високою роздільною здатністю (не менш ніж 24–36 Мп), які забезпечують деталізацію зображення та точну передачу кольорів.
- Об'єктиви різного типу: ширококутні для архітектури й пейзажів, портретні для зйомок митців, макрооб'єктиви для зйомки дрібних деталей, наприклад, елементів декоративного мистецтва.
- Додаткове освітлення: набір мобільного світлового обладнання (LED-панелі, спалахи, розсіювачі, софтбокси), яке дозволяє забезпечити якісне освітлення при зйомці як у приміщеннях, так і на відкритому повітрі.
- Штативи, стабілізатори та кріплення: для фіксації обладнання при тривалих зйомках, забезпечення чіткої картинки, уникнення тремтіння.
- Аксесуари для зйомки: карти пам'яті великої ємності, запасні акумулятори, захисні чохлаи, портативні жорсткі диски для збереження фото- й відеоматеріалів.

Також обробка фотографій, верстка фотокниги та її графічне оформлення вимагає наявності потужної комп'ютерної техніки:

- Персональні комп'ютери або ноутбуки високої продуктивності з великим обсягом оперативної пам'яті (не менш ніж 32 ГБ), сучасними відеокартами та професійними моніторами з калібруванням кольору.
- Графічні планшети (за потреби), які забезпечують точну роботу дизайнерів при створенні унікальних візуальних елементів.
- Ліцензійне програмне забезпечення:

- Adobe Photoshop, Adobe Lightroom – для професійної обробки зображень, кольорокорекції, ретуші;
- Adobe InDesign, Affinity Publisher – для верстки фотокниги, створення макета друкованого видання;
- Adobe Illustrator – для створення ілюстрацій, піктограм, художніх елементів;
- FontBase, Google Fonts – для добору та використання професійної типографіки.

Для збору візуального матеріалу необхідно здійснити виїзди до різних населених пунктів Вінницької області, що передбачає:

- Транспорт: оренда або використання власного транспорту для перевезення знімальної групи, техніки та реквізиту.
- Паливно-мастильні матеріали: забезпечення транспортних засобів паливом на період експедицій.
- Проживання та харчування знімальної команди під час багатоденних поїздок.
- Зв'язок з місцевими громадами: технічне забезпечення комунікації з учасниками, організація знімальних локацій (електрика, освітлення, дозволи на зйомку тощо).
- Безпека зйомки: аптечки, страхування техніки, захисні засоби, особливо в умовах поганої погоди або в місцях підвищеної небезпеки.

Фінальний етап проєкту – друк самої фотокниги. Для досягнення високої якості видання необхідно забезпечити:

- Поліграфічне підприємство з професійним обладнанням: цифрові чи офсетні друкарські машини, які дозволяють друкувати у високій якості, з точним відтворенням кольору та текстури.
- Папір преміумкласу: глянцева або напівматовий щільний папір (не менш ніж 170–250 г/м²) для сторінок, а також щільний картон для обкладинки.

- Оздоблення та палітурка: тверда обкладинка, тиснення фольгою, вибір лакування (UV-лак), каптал, форзац – для естетичного вигляду та тривалого збереження.

- Друк пробних зразків (препрес-перевірка): кілька тестових копій для остаточного затвердження якості перед запуском у масовий друк.

- Пакування готової продукції: наявність коробок, захисних плівок та інших матеріалів для транспортування книг без пошкоджень.

Отже, матеріально-технічне забезпечення реалізації проєкту фотокниги включає не лише фото- й комп'ютерну техніку, але й цілу інфраструктуру логістики, комунікації, дизайну, поліграфії та презентації. Кожен компонент системи є невіддільною частиною якісного й комплексного підходу до реалізації проєкту, який покликаний не тільки зафіксувати, а й гідно представити мистецтво Вінниччини як важливий елемент української культурної ідентичності.

2.3. Орієнтовна вартість проєкту та моделі фінансування

Оцінка вартості проєкту зі створення та видання фотокниги про мистецтво Вінниччини є надзвичайно важливим етапом планування, що дозволяє раціонально розподілити ресурси, забезпечити ефективне виконання усіх передбачених етапів і залучити фінансування з різних джерел. Загальна вартість проєкту формується на основі детального аналізу всіх складових: підготовчого етапу, виробничих процесів, логістики, дизайну, верстки, поліграфії, презентаційної кампанії, адміністративного супроводу та непередбачених витрат.

У таблиці 2.1 відображена орієнтовна вартість проєкту.

Таблиця 2.1

Орієнтовна вартість проєкту

Стаття витрат	Орієнтовна вартість (грн)	Коментар
Дизайн та друк друкованих матеріалів (буклети, постери, інфографіка)	2 000 грн	Використовуються онлайн-сервіси, частково виконано самостійно
Реклама в соціальних мережах (таргетована реклама)	1 500 грн	Мінімальний бюджет для запуску реклами у Facebook/Instagram
Створення презентацій та візуального контенту	500 грн	Власна робота + Canva Pro (оплата на місяць)
Канцелярські товари, папір, принтерні витрати	700 грн	Для друку роздаткових матеріалів і анкет
Організація невеликих заходів (наприклад, тренінг або мінілекція у школі)	1 000 грн	Оренда приміщення, питна вода, мінімальні витрати
Проїзд до локацій реалізації проєкту	1 000 грн	Транспортні витрати (міський транспорт, міжміське сполучення при потребі)
Необхідне обладнання (USB-флешка, картридж тощо)	800 грн	За потреби придбання додаткових засобів
Загальна сума:	7 500 грн	Всі витрати прораховані з урахуванням реальних потреб

Джерело: сформовано автором.

Оскільки проєкт має освітній, просвітницький та некомерційний характер, його реалізація не потребує великих капіталовкладень, однак передбачає продумане фінансування, яке базується на поєднанні власних ресурсів, підтримки волонтерів, можливостей навчального закладу, а також співпраці з громадськими організаціями. Такий підхід дозволяє зберегти низький бюджет,

не втрачаючи ефективності, гнучко адаптуватися до обставин та водночас сприяти залученню різних зацікавлених сторін до підтримки ініціативи.

Основну частину витрат планується покрити за рахунок особистих коштів. Зокрема, це стосується оплати друкованих матеріалів (буклетів, флаєрів, постерів), транспортних витрат до місць реалізації проєкту, закупівлі канцелярських товарів, паперу, картриджів або флеш-накопичувачів. Приблизна сума цієї статті витрат становить близько 3 000 грн, що є допустимою інвестицією у реалізацію ідеї власними силами, враховуючи її суспільну значущість.

Одним із можливих джерел фінансування є партнерство з локальними неурядовими організаціями, молодіжними радами або міськими молодіжними центрами. Такі установи зазвичай зацікавлені в освітніх ініціативах, особливо якщо вони стосуються тем здоров'я, саморозвитку або громадянської активності. У межах такої співпраці можна отримати не лише фінансову допомогу (орієнтовно до 1 000 грн), але й ресурсну – допомогу з поширенням інформації, надання волонтерів, доступ до техніки або локацій. Спільна реалізація з локальними структурами також підсилює легітимність проєкту в очах громади.

Як резервний варіант передбачено запуск невеликої кампанії краудфандингу або фандрейзингу у соціальних мережах. Зібрати до 1 500 грн цілком реально за допомогою сервісів на кшталт Monobank-баночки, платформи «Спільнокошт», а також через пости у Facebook чи Instagram серед друзів, одногрупників, колег або активної молоді. Такий формат фінансування не лише покриє частину витрат, а й допоможе залучити аудиторію ще на етапі підготовки проєкту, сформувати коло однодумців і потенційних учасників.

Щоб зробити реалізацію проєкту максимально ефективною в умовах обмеженого бюджету, закладено кілька чітких принципів економії. Насамперед – використання безкоштовних онлайн-інструментів. Для створення дизайну друкованої продукції, презентацій, інфографіки планується використання таких сервісів, як Canva, Google Slides, Google Docs, які забезпечують достатню якість без необхідності додаткових витрат. Проведення онлайн-опитувань або

реєстрацій буде здійснено через Google Forms, а при потребі організації дистанційних заходів – за допомогою Zoom або Google Meet, які також доступні безкоштовно.

По можливості буде обрано онлайн-формат для просвітницьких активностей, таких як лекції, майстер-класи, зустрічі з експертами. Загалом це дозволить уникнути витрат на оренду приміщень, забезпечення учасників водою, папером тощо, зберігаючи при цьому якісний контакт з аудиторією, особливо молоддю, яка активно використовує цифрові платформи.

Важливим фактором є партнерство з волонтерами. Завдяки власним соціальним зв'язкам планується залучення друзів, одногрупників або знайомих, які можуть допомогти з розробкою дизайну, відеомонтажем, медійним супроводом або просуванням в соціальних мережах. Така форма участі не потребує витрат, але значно підвищує якість проєкту.

Також максимально використовуватиметься власне обладнання – ноутбук, смартфон, домашній принтер, що виключає необхідність закупівлі техніки чи оренди офісів. Усі ці заходи разом дозволяють реалізувати проєкт навіть за умов обмеженого фінансування без шкоди для результату.

Загалом модель фінансування проєкту є гнучкою, реалістичною і відповідає ресурсам. Витрати продумані до дрібниць, структура фінансування базується на особистій відповідальності, підтримці освітнього середовища, локальному партнерстві та відкритості до допомоги спільноти. Такий підхід робить ініціативу стійкою, прозорою та соціально значущою. Успішна реалізація проєкту можлива навіть за мінімального бюджету, якщо ефективно використовувати наявні можливості, комунікаційні ресурси й підтримку небайдужих людей.

ВИСНОВКИ

Визначено, що фотокнига є потужним інструментом візуальної комунікації, який не лише фіксує художні явища, але й активно сприяє формуванню культурної ідентичності. Вона створює цілісну історію про творчість, традиції та побут певної громади, перетворюючись на важливу платформу для збереження, популяризації та інтерпретації локального мистецтва. Завдяки розвитку самовидавництва та доступності для широкої аудиторії, фотокнига стає не лише естетичним продуктом, а й культурним містком між традицією та сучасністю, зокрема для молодіжної аудиторії, що активно взаємодіє з візуальним контентом у сучасному медіапросторі.

Зазначено, що аналіз аналогічних проєктів фотокниг свідчить, що успіх видань, спрямованих на популяризацію локального мистецтва, залежить від поєднання автентичного культурного контенту, високої художньої якості, інноваційного дизайну, ефективних маркетингових стратегій та співпраці з культурними установами. Такі фотокниги не лише популяризують мистецтво певного регіону, але й набувають статусу культурно значущих артефактів, здатних формувати нові сенси та емоційний зв'язок із аудиторією, перетворюючись на колекційні об'єкти з інвестиційним потенціалом.

Схарактеризовано, що фотокнига про мистецтво Вінниччини є комплексним культурним проєктом, який виконує важливі функції збереження, популяризації, осмислення та презентації локальної мистецької спадщини. Вона не лише фіксує унікальність творчості регіону, а й перетворюється на інструмент освітнього, комунікативного, туристичного та соціального впливу. Завдяки продуманій візуальній драматургії, якісному поліграфічному оформленню та багатству змісту, фотокнига стає живим свідченням багатогранності культурного ландшафту Вінниччини, пробуджуючи інтерес до рідного краю, сприяючи його глибшому розумінню, збереженню та інтеграції в національний і світовий культурний контекст.

Проаналізовано, що ефективне матеріально-технічне забезпечення є основним чинником успішної реалізації проєкту фотокниги про мистецтво Вінниччини. Воно охоплює повний спектр необхідних ресурсів – від сучасного фотообладнання, техніки для обробки зображень і верстки, до транспортної логістики, комунікаційної підтримки, поліграфічних потужностей та презентаційних рішень. Кожен з елементів цієї системи взаємодіє з іншими, утворюючи цілісну інфраструктуру, яка забезпечує високу якість візуального контенту, науково-художній рівень оформлення та належну репрезентацію мистецької спадщини регіону Вінниччини в національному та міжнародному контексті.

Досліджено, що проєкт зі створення та видання фотокниги про мистецтво Вінниччини є цілком реалістичним та фінансово обґрунтованим, адже базується на детальному плануванні витрат і продуманій моделі фінансування, яка поєднує особисті ресурси, співпрацю з локальними громадськими організаціями та можливості краудфандингу. Завдяки використанню безкоштовних цифрових інструментів, онлайн-форматів та волонтерської допомоги, проєкт зберігає низький бюджет без втрати якості і ефективності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алфьорова З. І. Інституалізація українського простору сучасного візуального мистецтва. Вісник ХДАДМ. 2014. № 1. С. 97–100.
2. Базелюк Н. Л. Форма як засіб створення художнього образу в арт-дизайні. *Artand Design*. 2019. № 3 (07). С. 40-47.
3. Бессараб А.О., Шепелева О.І. Фотокнига – затребуваний ексклюзив сьогодення. *Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки*. 2014. № 4(39). С. 117–123.
4. Боровська М. Мейнстрім чи статусна річ: як зробити фотокнигу успішною. URL: <https://chytomo.com/mejnstrim-chy-statusna-rich-iaak-zrobyty-fotoknyhu-uspishnoi> (дата звернення: 05.05.2025).
5. Булавина Н. Самоорганізаційні ініціативи в системі сучасного візуального мистецтва України. Візуальність як домінанта сучасної культури: зб. матеріалів Міждисциплінарної наук. конф., Київ, 7–8 груд. 2017 р. Київ : Інститут культурології Національної академії мистецтва України, 2017. С. 15–16.
6. Івашко О.Д. Арт-кластери як новий тип багатофункціональних комплексів: причини виникнення і визначальні ознаки. *Теорія та історії архітектури: архітектурний вісник Київського національного університету будівництва і архітектури*. 2017. Вип. 13. С. 289–298.
7. Корнілова Л.В., Герасименко Л.В. Арт-резиденції – інноваційні кластери культурного розвитку міст. *Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference «Innovative Development in the Global Science»*. 2023. № 160, (June 26–28, 2023), Boston, USA. С. 282–288.
8. Лукань В. Г. Історія українського мистецтва : конспект курсу лекцій. Тернопіль : Навчальна книга, Богдан. 2012. 192 с.
9. Мельниченко С. Fashion Magazine. Україна : Самвидав, 2020. 26 с.
10. Михайлова Р. Художні прийоми в фотопортретах Філіпа Халсмана. *Art and Design*. 2018. №1. С. 95 –102.

11.Ничай Л. Р. Арт-резиденції як нове культурно-мистецьке явище. Питання культурології: зб. наук. пр. / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. 2015. Вип. 31. С. 157–165.

12.Петльована І. Мистецька резиденція як форма художньої самоорганізації (на прикладі діяльності резиденції ім. Назарія Войтовича). *Студентський науковий вісник Тернопільського державного педагогічного університету*. 2020. № 45. С. 153–155.

13.Плецан Х. Регіональні особливості сувенірної продукції як перспективної складової креативних індустрій: історико-культурологічний підхід. *Fine Art and Culture Studies*, 2023. Вип. 3. С. 191–203.

14.Сафронова А. В., Михайлова Р.Д. Сучасна фотокнига як об'єкт дизайну: систематизація за способом подання контенту. *Мистецтво та дизайн*, 2020. №2. С. 92–103.

15.Cafe Art Kickstarter goes viral worldwide. URL: <https://www.mynewsdesk.com/uk/cafe-art-uk-community-interest-company/pressreleases/cafe-art-kickstarter-goes-viral-worldwide-1211681> (дата звернення: 05.05.2025).

16.Di Bello P., WilsonC., Shamoон Z. The Photobook: From Talbot to Ruscha and Beyond Paperback, 2011. 256 p.

17.Jones P. Portobello, a book of paintings by Peter Jones. URL: <https://www.crowdfunder.co.uk/p/portobello-a-book-of-paintings-by-peter-jones> (дата звернення: 05.05.2025).

18.Parr M.,Badger G. The Photobook: A History Volume IIIHardcover. *Phaidon Press*, 2014. 320 p.

19.Riqza M. and Galasro Limbong E. Perancangan Buku Foto Potret Sejarah Bangunan Cagar Budaya Jakarta Barat. 2023. Vol. 2. № 1. P. 61–68.

20.The Photobook as a Reinvented Medium: Narrativity, Designand Publishing inthe Twentieth and Twenty-First Century A dissertation submitted to the Dublin Institute of Technology in part fulfilment oftherequirements for award of

BAPhotography by Alisha Doody. *DIT School of Media, College of Arts and Tourism*. 2017. 52 p.

21.The utilization of social networking as promotion media (Case study: Handicraft business in Palembang). URL: <https://arxiv.org/abs/1312.3532> (дата звернення: 05.05.2025).

22.Winsley, Deli. Design and analysis effectiveness photobook as chinese-hokkian marriage medium information culture to batam city Gen-Z. *Jurnal Informatika & Teknologi*, 2024. Vol. 5. №1. P. 161-174.

ДОДАТКИ

Додаток 1

