

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**СТВОРЕННЯ ФАНАТСЬКОГО СТАРТАПУ  
«ПРАВИЛА БІЙЦІВСЬКОГО КЛУБУ»**

Кваліфікаційна магістерська робота  
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр»

«Допускається до захисту»

Завідувач кафедри  
медіапродюсування та видавничої  
справи Файчук Т. Г.

(підпис)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Студента групи КПЦМм-24-1.4д

денної форми навчання

спеціальності 061

Журналістика ОП

«Контент-продюсування цифрових

медіапроектів»

Магули Олександра

Олександровича

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

---

---

---

---

---

---

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Науковий керівник**

доктор історичних наук, професор

Шпак Віктор Іванович

**КИЇВ 2025**

## ЗМІСТ

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Частина I. МЕДІАПРОЄКТ.....</b>                                       | <b>3</b>  |
| Резюме проєкту.....                                                      | 3         |
| <b>Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ.....</b>                            | <b>9</b>  |
| <b>ВСТУП.....</b>                                                        | <b>9</b>  |
| <b>РОЗДІЛ I. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту...16</b> | <b>16</b> |
| 1.1 Дослідження ринку та особливостей проєкту.....                       | 16        |
| 1.2 Аналіз конкурентного середовища та аудиторії.....                    | 17        |
| <b>РОЗДІЛ II. Сценарний план медіапроєкту.....</b>                       | <b>20</b> |
| 2.1 Загальні характеристики медіапроєкту.....                            | 20        |
| 2.2 Етапи та послідовність реалізації проєкту.....                       | 21        |
| <b>РОЗДІЛ III. Маркетингові стратегії просування проєкту.....</b>        | <b>23</b> |
| 3.1 Просування проєкту.....                                              | 23        |
| 3.2 Соціально-економічна мета.....                                       | 24        |
| <b>РОЗДІЛ IV. Бюджет проєкту.....</b>                                    | <b>27</b> |
| 4.1 Аналіз витрат та планові доходи.....                                 | 27        |
| 4.2 Механізм залучення коштів для проєкту.....                           | 34        |
| <b>РОЗДІЛ V. Результати проєкту.....</b>                                 | <b>36</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>                                   | <b>39</b> |
| <b>ДОДАТКИ.....</b>                                                      | <b>41</b> |

## Частина I. МЕДІАПРОЄКТ

### Резюме проєкту

Медіапроєкт має назву «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”» та базується на авторському багаторічному захопленні документації життя футбольних фанатів України.

Навколофутбольний рух завжди був в авангарді патріотичної спільноти України. Будучи фанатом, ти відстоюєш честь колективу, свого футбольного клубу, рідного міста, а отже і честь своєї країни — це загальні установи, в яких виховується кожне покоління цієї, здавалося б, девіантної субкультури. Ці принципи залишались непохитними в умовах гаявності внутрішнього ворога В. Януковича та зовнішнього ворога – Росії. Безпрецедентним прикладом дієвості цих принципів було те, що фанатський рух, володіючи великим ступенем самоорганізації, одним з перших у 2014 році вирушив на війну в якості, тоді ще, добровольчих підрозділів, військова спадщина яких, відома сьогодні на весь світ. Полк “Азов” НГУ, спецпідрозділ “Kraken” ГУР МО, 3 ОШБр ЗСУ — лише найвідоміші військові формування у витоків яких, стояли футбольні фанати.

В якості основної платформи для продюсування і просування медіапроєкту використовується власний авторський сайт «500px» [1], окремі фото з проєкту опубліковані на сайті спеціалізованого журналу «Bird in Flight» [2]. Крім того проєкт публікувала Українська асоціація професійних фотографів [3].

### *Ідея та мета проєкту.*

Основна ідея проєкту полягає в тому, щоб зафіксувати процеси, що відбуваються в русі різних поколінь футбольних фанатів під впливом війни в Україні, а також дослідити цю субкультуру, як одну з тих, що безпосередньо впливає на перебіг сучасної історії України.

Для мене це особиста історія довжиною в 9 років. Історія про зміну поколінь футбольних фанатів. Ті хто були молодими та недосвідченими у 2016, стали ветеранами великої війни у 2024 та готові передавати свій досвід молоді.

Групові тренування та «зарниці», доповнилися стрільбами та тренуваннями з тактики бою в міській забудові. Бажаючи зберегти державу та виховати покоління сильних, дорослі змушені готувати своїх дітей до війни.

Метою проекту є створення видавничого продукту для реалізації фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”».

Основне завдання проекту:

1. Проаналізувати медійний ринок фанатських рухів;
2. Створити сценарний план проекту та визначити стратегію розвитку;
4. Створити сайт проекту та виконати його дизайн;
5. Наповнити сайт фотоматеріалами.
6. Розробити концепцію просування та монетизації проекту.

Фотопроект “Правила бійцівського клубу” — це перш за все серія чорно-білих репортажних фотографій, знятих у різні роки. Вони розповідають окремі історії, але об’єднані спільним наративом.

Фанатський стартап “Правила бійцівського клубу” — це продюсерський проект, на основі фотопроекту, який передбачає просування фотосерії в онлайн та офлайн просторі.

### ***Актуальність і значущість проекту.***

Пропонований проект є надзвичайно актуальним і значущим з кількох ключових причин:

➤ по-перше, він документує унікальну соціальну субкультуру — життя українських футбольних фанатів в момент історичних змін. Збираючи особисті історії окремих людей і колективів, я створюю архів свідчень, які важливі не лише для фанатської спільноти, але й для ширшого розуміння суспільних процесів, ідентичності та солідарності в Україні;

➤ по-друге, вибір чорно-білого формату підкреслює універсальність і вічність теми: він відсікає зайву декоративність, фокусує увагу на емоціях, телесності, текстурах і взаєминах між людьми. Чорно-білі знімки допомагають читачеві зосередитися на історії кожного героя, а не на поверхневих атрибутах;

➤ третя причина — метод і кінцева мета проєкту. Компонуючи серію як єдиний великий фотопроект, публікуючи матеріали у друкованих і онлайн медіа, на особистих ресурсах, виставках тощо, фіксуються факти не лише, а ці історії переносяться в публічний простір, що робить їх доступними для дослідників, журналістів, культурних інституцій та широкої аудиторії, створює майданчик для діалогу й осмислення ролі фанатської культури в сучасній Україні;

➤ нарешті, проєкт має пам'яткоохоронну цінність: він фіксує ритуали, символи і правила, які можуть змінитися або зникнути під впливом соціальних і політичних трансформацій. Видаючи фотокнигу і проводячи виставки, автор прагне зберегти ці історії для майбутніх поколінь і визначити внесок фанатської спільноти у культурний ландшафт країни.

### ***Етапи реалізації проєкту.***

#### *Підготовчий етап (2016–2023):*

- перші зйомки (2016) відбулися ще на першому курсі університету. У цей період налагоджувалися контакти з фанатськими колективами, вибудовувалися етичні правила спілкування з героями, формувався власний підхід до фоторобіт;

- нарощування матеріалу (2016–2021): регулярні зйомки матчів, побутових і ритуальних моментів фанатських шруп; здійснювалися експерименти з чорно-білим форматом; відбиралися та систематизувалися знімки у робочі серії; створювалися засади ведення архіву з відомостями про дати, місця й героїв.

- рефлексія і відбір (2021–2022): оцінка накопиченого матеріалу, вибудова тематичних блоків, корекція наративу проєкту; усвідомлення глибинності теми проєкту.

- підготовка до публікації (жовтень 2022): фінальний відбір знімків для першої публікації; підготовка текстів, підписів і метаданих; оформлення серії в готовий наратив.

### *Публікаційний етап (з 2022 р.):*

- перша публікація (31.10.2022): публікація проєкту на «Bird in Flight» — перший широкий вихід у медіапростір.
- подальші публікації та презентації (2022–2023): розміщення матеріалу на платформі Української асоціації професійних фотографів (UAPP); промо через особисті соціальні ресурси та портфоліо.
- грантова підтримка (2024): отримав мікрогрант від UAPP за підтримки International Press Institute — використання коштів для розвитку проєкту (техніка, подорожі, друк, промо).
- створення портфоліо-сайту: запуск проєктного портфоліо на платформі «500px» для доступу кураторів і аудиторії; систематизація серій і контактної інформації.
- у планах: пошук додаткових грантових джерел і партнерами; підготовка та випуск фотокниги; організація виставки(ок) у галереях і публічних просторах; супровідні лекції та дискусії для промоції проєкту й залучення академічної та широкої аудиторії.

### ***Культурна цінність.***

Проєкт «Правила бійцівського клубу» є важливим культурним документом, бо він фіксує унікальну субкультуру українських футбольних фанатів. Через чорно-білі зображення зроблено спробу відсортувати зовнішню атрибутику і показати сутність спільноти: її ідентичність, структуру взаємин і способи самовираження. Це внесок у культурну пам'ять країни – архів, який допомагає майбутнім поколінням і дослідникам зрозуміти соціальні та емоційні виміри життя сучасної України.

### ***Освітня цінність.***

Проєкт має високу освітню значущість: він служить джерелом для навчання студентів і дослідників у сферах фотографії, соціології, культурології та журналістики. Знімки і досвід взаємодії з героями демонструють методи

підготовки інтерв'ю, етичні підходи до документування закритих спільнот, технічні рішення для роботи в складних умовах освітлення й динаміці. Публікації, виставки та майбутня фотокнига роблять матеріал доступним для використання у курсах, семінарах і воркшопах, сприяють критичному аналізу медіаобразів фанатської культури й стимулюють міждисциплінарні дослідження.

Проект планується використовувати у навчальних форматах: лекції, презентації й практичні заняття, де показуватимемо етапи роботи, відбір кадрів, монтаж серій і роботу з етикою. Це дозволить передати студентам і молодим фотографам не лише техніку, а й усвідомлений підхід до документальної практики.

### ***Економічний аспект і перспективи розвитку.***

Проект потребує довгострокового планування і фінансування стратегії з перспективою розширення в офлайн простір. Основною метою виходу проекту за межі онлайн є: створення фотокниги та подальша її промоція за допомогою виставок.

#### ***Економічний аспект:***

- початкове фінансування: у 2024 році – мікрогрант у розмірі 1000 USD (UAPP за підтримки International Press Institute), який спрямував на оплати виробництва й промоції проекту.
- поточні витрати: придбано річну підписку на платформі «500px» за 120 USD для хостингу портфоліо й демонстрації робіт. Інші витрати включають техніку, поїздки, друк тестових відбитків, коректуру й підготовку макету фотокниги, логістику виставок та маркетинг.
- джерела доходів: продажі фотокниг і відбитків, гонорари за публікації в ЗМІ, оплата за лекції/воркшопи, меценатські внески і гранти, партнерства зі спортивними та культурними організаціями.
- бюджетна стратегія: пріоритет — ефективне використання наявного гранту (1000 USD) на макетування матеріалів, друк невеликого накладу

зразків і просування; підписка «500px» як інструмент залучення кураторів і покупців; подальший пошук донорів для масштабного друку й виставок.

*Перспективи розвитку:*

- Додаткові гранти: заплановано подаватися на гранти для друку книг і організації виставок; ці кошти покривають друк накладу, оренду виставкових приміщень, логістику та просування.
- Комерційні можливості: продаж обмежених серій фотокниг, лімітованих принтів і ліцензій на використання знімків для медіа й видавництв; проведення платних лекцій, кураторських турів і воркшопів.
- Партнерства: співпраця з галереями, культурними інституціями і видавцями для масштабування проєкту та поширення в нові аудиторії.



## Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

### ВСТУП

Сьогодні візуальна культура є одним із ключових каналів комунікації й самоідентифікації суспільства. Образи формують суспільні наративи швидше за тексти, а документальна фотографія, зокрема репортаж, залишається потужним інструментом фіксації соціальних змін, конфліктів і потрясінь. У таких умовах медіапроект «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”» набуває особливої значущості: він не лише документує підпільну та публічну культуру українських футбольних фанатів, але й трансформує цей архів у проєктну структуру, орієнтовану на публічність, комунікацію та збереження пам'яті.

Вибір репортажного жанру зумовлює підхід до теми: робота з людьми у їхньому природному середовищі, фіксація процесів, емоцій та буденності без постановок. Обраний чорно-білий цифровий формат підсилює документальність і концентрує увагу на структурі кадру, фактурі, обличчях та жестах — на тих аспектах, що формують основний зміст знімка. Чорно-білий ряд робить серію більш цілісною й хронотопічно стабільною для архіву та публікацій.

Проект має подвійну мету: з одного боку — збір і систематизація особистих історій окремих фанатів і фанатських колективів у вигляді візуальних та текстових свідчень; з іншого — створення цифрового та фізичного продукту (портфолію, публікацій, виставок, фотокниги), який може функціонувати як «фанатський стартап» — самостійний медіаресурс із власною стратегією просування, монетизації та збереження контенту. Роль контент-продюсера поєднується з роботою журналіста та редактора: від польової роботи й редагування серій до побудови платформи для презентації й пошуку партнерів.

Методологічно проєкт поєднує польовий репортаж, інтерв'ю та серійну візуальну композицію: тривалі спостереження поєднані з побудовою довіри з героями, документація контексту, відбір кадрів для тематичних блоків і монтаж

серій, які працюють як візуальні нарративи. Це дозволяє транслювати не окремі ефектні кадри, а глибші історії і правил поведінки спільноти.

Підсумково, «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”» — це комплексний медіапроект, що поєднує репортажну фотографію, архівну роботу й проєктний менеджмент з метою збереження, популяризації і критичного осмислення феномену українських футбольних фанатів. Реалізую цю ідею автор виконує роль фотожурналіста і контент-продюсера, прагнучи створити стійкий культурний продукт із науковим, освітнім і суспільним впливом.

### ***Мета дослідження.***

Мета дипломного дослідження — розробити й випробувати модель креативного контент-продюсування цифрового медіа-проекту на прикладі фотопроекту «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”», поєднавши репортажну чорно-білу цифрову фотографію й проєктний менеджмент для створення стійкого культурного продукту (портфоліо на 500рх, публікації, виставка, фотокнига) у рамках курсу «Контент-продюсування цифрових медіа-проектів».

### ***Завдання дослідження.***

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання:

1. Провести повний аудит фотобібліотеки (знімки 2016–донині): каталогізувати файли, позначити дати, локації, учасників і технічні параметри зйомок.
2. Відокремити тематичні блоки: виокремити серії за мотивами і сформулювати структуру майбутньої експозиції/книги.
3. Визначити критерії відбору кадрів для основного корпусу проєкту: емоційність, репрезентативність, композиційна завершеність і архівна цінність.
4. Розробити процедуру обробки файлів у чорно-білому цифровому вигляді: стандарти редагування, збереження метаданих.

5. Скласти методичний блок: опис польової роботи, технік репортажної взаємодії, алгоритм проведення інтерв'ю та етичні правила щодо героїв.
6. Підготувати пакет публікаційних матеріалів: тексти для сайту 500px, пресрелізи, підписи до серій і зразки для медіа-публікацій.
7. Розробити маркетингову та фандрейзерську стратегію для 500px та соціальних мереж: контент-план, робота з фондами, робота з кураторською аудиторією.
8. Сформувати фінансовий план: детальний кошторис витрат і доходів, сценарій використання 1000 USD гранту та річної підписки 120 USD, прогноз точки беззбитковості.
9. Підготувати шаблони заявок на гранти й спонсорські пропозиції з адаптацією під різні фонди та спортивні організації.
10. Знайти і встановити контакти з потенційними партнерами: галереї, видавці, футбольні клуби, громадські ініціативи; підготувати короткі презентації для переговорів.
11. Розробити дизайн і технічне завдання для фотокниги: макет, тираж, формат, вибір типографії та орієнтовна вартість друку.
12. Скласти план виставки: відбір робіт, сценарій експонування, логістика, референси обладнання та кошторис оренди простору.
13. Визначити критерії ефективності проєкту: кількість переглядів і публікацій, продажі книг/принтів, залучені гранти, відгуки кураторів і відвідувачів виставки.
14. Скласти ризик-менеджмент: ідентифікація потенційних проблем (безпека під час зйомок, етичні конфлікти, затримки друку), заходи з мінімізації та альтернативні план-В.
15. Запровадити архівну політику: правила зберігання оригіналів, бекапів і доступу для дослідників; підготовка метаданих для майбутніх інституційних передач.

16. Провести пілотну презентацію матеріалу перед фокус-аудиторією і зібрати структурований фідбек для корекції фінальної версії проєкту.

### ***Методи дослідження.***

#### *Оглядово-аналітичний:*

систематичний збір і вивчення наукових публікацій, журналістських матеріалів, виставкових каталогів та онлайн-постів про фанатські спільноти і документальну фотографію. Цей процес надає теоретичну базу, дозволяє виявити тренди, порівняти підходи інших авторів і сформулювати критерії для власного відбору матеріалу та побудови наративу.

#### *Контент-аналіз:*

кількісний й якісний аналіз власних опублікованих зразків (пости на Bird in Flight, UAPP, 500px). Це допомагає виявити структурні блоки проєкту, визначити домінантні сюжети і обґрунтувати відбірний критерій для книги й виставки.

#### *Спостереження:*

польове спостереження в контексті репортажної зйомки є одним з найголовніших елементів проєкту. Присутність на матчах, зустрічах фанатів, фіксація поведінки, взаємодії героїв між собою й загальної атмосфери. Такий метод дозволяє встановити довіру з героями й отримати автентичні кадри для серій.

#### *Практичний:*

використання різних виробничих й просвітницьких рішень: формати подачі на 500px, варіанти селекцій серій, експерименти з підписами і супровідними текстами, промокампанії. Оцінка реакцій аудиторії та кураторів, коригування тактики просування і візуальної презентації на основі отриманих результатів.

#### *Креативне продюсування фото контенту:*

поєднання творчого задуму із менеджерськими інструментами: планування контент-лінії, формування портфоліо на 500рх, підготовка пакетів для грантів і партнерів, планування публікацій й виставок. Даний підхід охоплює відбір і редагування знімків, створення серійної структури, розробку маркетинг-комунікацій і моделі монетизації, щоб трансформувати документальний матеріал у стійкий культурний продукт.

### ***Наукова новизна.***

Проект вносить нове у вивчення візуальної культури завдяки поєднанню довготривалого репортажного архіву українських футбольних фанатів із концепцією контент-стартапу: трансформацією документальної фотографії в цілеспрямований медійний продукт. Запропоновано практичну модель використання платформи 500рх як інструмента портфоліо-продюсування та просування чорно-білих цифрових серій. Розроблено інтегрований підхід, що об'єднує польові зйомки, структурний візуальний аналіз і експериментальні методи просування для досягнення культурної, освітньої та економічної стійкості проекту.

### ***Практичне значення дослідження.***

- Методичний кейс контент-продюсування: покрокова модель створення, відбору й просування ч/б фотопроекту, придатна для тиражування іншими авторами.
- Освітній ресурс: матеріали для курсів із фотожурналістики та цифрового продюсування і фандрейзингу для фотографів (лекції, воркшопи, шаблони брифів і грантових заявок).
- Кураторська й видавнича підготовка: сформований портфоліо-пакет, макетні рішення для фотокниги та технічний план виставки.
- Економічна модель: протестовані інструменти фінансування (мікрогрант, підписка 500рх, партнерства)

### ***Структура роботи.***

Дана дипломна робота побудована на взаємодоповнюючому підході, що поєднує практичну реалізацію медіапроєкту та його теоретичне осмислення. Робота умовно розділена на дві основні частини, які демонструють комплексний підхід до контент-продюсування цифрових медіапроєктів.

### **Описова (практична реалізація медіапроєкту).**

Ця частина присвячена детальному висвітленню авторського проєкту «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”». Даний розділ презентує процес створення візуального контенту, який полягає у довготривалому репортажному документуванні життя українських футбольних фанатів із застосуванням чорно-білої цифрової фотографії. Розділ охоплює:

- Опис творчої концепції та художніх особливостей візуального ряду.
- Методологію польової роботи, налагодження контактів та етичні аспекти взаємодії з героями проєкту.
- Процес цифрової обробки фотографій у Lightroom, спрямований на збереження автентичності та формування єдиної естетики.
- Етапи розвитку мого сайту-портфоліо на платформі 500px, що виступає як центральна частина проєкту.
- Опис ключових публікацій у медіа та інших форм презентації контенту. Ця частина є безпосереднім втіленням авторського досвіду, як креативного контент-продюсера, демонструючи практичні навички у створенні, редагуванні та первинній презентації оригінального медіапродукту.
- **Частина II. Теоретична (обґрунтування та аналіз продюсування контенту)**
- Друга частина роботи є аналітичною основою, що теоретично обґрунтовує та аналізує процес контент-продюсування в контексті цифрових медіа. Вона містить:
- Дослідження ринку та цільової аудиторії проєкту, включаючи детальний аналіз феномену українських футбольних фанатів, їхньої ролі в суспільно-політичних подіях та специфіки взаємодії з візуальним контентом.

- Розгляд маркетингових аспектів, стратегій просування контенту на різних цифрових платформах, тактик залучення та утримання аудиторії.
- Обґрунтування економічної моделі проєкту, включаючи аналіз бюджету, джерел фінансування (гранти, продажі, партнерства) та стратегії формування резервів розвитку.
- Опис практичного значення, наукової новизни та перспектив подальшого розвитку проєкту, його потенціалу як культурного та освітнього ресурсу. Ця частина демонструє, як теоретичні знання з продюсування цифрових медіапроєктів інтегруються з авторською практичною діяльністю, надаючи глибоке розуміння та методологічне обґрунтування створеному медіапродукту.

## РОЗДІЛ I. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту

### 1.1. Дослідження ринку та особливостей проєкту.

Методи дослідження ринку та особливостей аудиторії дає можливість глибоко зануритись у реалізацію медіапроєкту «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”». Успіх цього проєкту, що документує унікальний феномен українських футбольних фанатів, безпосередньо залежить від розуміння ринку та особливостей цільової аудиторії. Як зазначає Л. С. Шевченко [5, с. 84], «медіапростір формується не лише технологіями, а й соціокультурними запитами, що визначають контентну політику». Цей аналіз є не просто теоретичним обґрунтуванням, а практичним компасом, що скеровує діяльність у реалізації медіа проєкту.

#### *Контекст цифрового медіаринку та його вплив.*

Сучасний медіаландшафт, згідно з І. В. Іванов [6, с. 103], характеризується домінуванням інтерактивних платформ, таких як YouTube, Instagram Reels, а також використаною в проєкті ключовою платформою 500px, які активно використовують відео, зображення, текст для залучення аудиторії. Це створює умови для гібридизації жанрів, де, як підкреслює О. В. Холковська [7, с. 58], межі між фотожурналістикою, особистими історіями та соціальною документалістикою стають менш помітними. Чорно-білий репортаж, що фокусується на глибинних людських історіях українських фанатів, ідеально вписується в цю парадигму.

Сучасна аудиторія прагне інтерактивності, персоналізації та швидкого емоційного контакту, відповідно до К. О. Гаврилюк [8, с. 115]. Це вимагає, щоб контент не просто інформував, а занурював глядача в діалог, викликав співпереживання та спонукав до осмислення. Тенденції, виявлені Центром контент-аналізу та Є. М. Романенком [9, с. 77], вказують на зростання популярності короткого візуального контенту та його емоційної насиченості, особливо серед «покоління Z». Наведений в проєкті підхід до формування серій,

вибору виразних кадрів та коротких, але змістовних підписів, що адаптується під ці тренди, дозволяє ефективно комунікувати з аудиторією. Адаптивність до трендів — це не копіювання, а творча інтерпретація, як наголошує Т. О. Кузнецова [10, с. 105,], що дозволяє зберігати автентичність репортажної роботи автора.

## **1.2. Аналіз конкуретного середовища та аудиторії.**

### ***Цільова аудиторія в вузькому розумінні .***

**Характеристики:** основна цільова аудиторія — футбольні фанати України. Це пристрасна, віддана своїм клубам та ідеям спільнота. Історично неоднорідна, але після Євромайдану та початку АТО/ОСС консолідована навколо націонал-патріотичних цінностей. До цієї групи належать як представники офіційних фан-клубів, так і неформалізовані угруповання ультрас та хуліганс. Як показала історія, їхня принциповість у відстоюванні майбутнього України є унікальною.

**Інтереси та мотивації:** для них футбол — це більше, ніж гра; це частина ідентичності, патріотизму, спільноти. Вони зацікавлені в автентичному висвітленні їхньої ролі в історії України, визнанні їхнього внеску, отриманні платформи для своїх особистих історій. Даний проєкт пропонує їм не лише документацію, а й своєрідне "дзеркало", в якому вони можуть побачити себе та свою еволюцію.

**Комунікація:** цінують пряму, щирю комунікацію, засновану на довірі. Готові взаємодіяти з контентом, що резонує з їхніми цінностями. Багаторічний досвід роботи в полі та вибудова довіри з героями є ключовим для їхнього залучення.

### ***Цільова аудиторія в широкому розумінні .***

**Характеристики:** громадяни, які цікавляться соціальними трансформаціями в Україні, історією війни, феноменом волонтерства та патріотизму. Міжнародна аудиторія, що шукає автентичні історії про Україну,

які виходять за рамки суто новинних зведень, занурюючись у людський вимір конфлікту. Це люди, зацікавлені в соціології, культурології, військовій історії, а також у документальній фотографії як жанрі.

**Інтереси та мотивації:** для цієї групи описаний проєкт є цінним джерелом інформації про роль українських футбольних фанатів у захисті країни, їхню участь у Майдані, АТО та волонтерському русі. Це можливість зрозуміти, як субкультура, що раніше мала неоднозначну репутацію, трансформувалася в рушійну силу опору. Особливий інтерес викликає аспект "особистих історій" та трансформації міжфанатських конфліктів у єдність перед обличчям спільного ворога.

**Комунікація:** очікують глибоких, аналітичних матеріалів, що доповнюють візуальний контент. Для міжнародної аудиторії важливий переклад та контекстуалізація інформації, щоб уникнути культурних бар'єрів.

### ***Унікальність проєкту.***

Проведене дослідження ринку виявило значну історичну прогалину, яку медіапроєкт «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”» прагне заповнити. Як зазначено в роботі О. В. Мельниченко [11, с. 64,], участь ультрас в АТО та волонтерській діяльності, їхні особисті спогади та мотивації, практично не відображені в наукових та журналістських працях. Навіть проєкт «АТО: усна історія» Українського інституту національної пам'яті (2016) не включає спогади ультрас. Це робить даний медіапроєкт унікальним джерелом первинних даних, що збагачує історіографію російсько-української війни та культурологічні дослідження фанатського руху. Автор фактично надає голос тим, хто був на передовій не лише фізично, а й у соціальному вимірі, і чий історії досі залишалися нерозказаними або розпорошеними.

### ***Конкурентне середовище.***

Сучасне медіаполе, за І. В. Івановим [6, с. 59], позбавлене чітких жанрових меж, де автентичність, креативність та довіра є ключовими. Даний проєкт виділяється на цьому тлі завдяки:

- **Автентичності та глибині:** Довготривалий репортаж (з 2016 року) та побудована довіра дозволяють мені отримувати доступ до ширих, незрежисованих історій.
- **Унікальному фокусу:** Документування фанатської субкультури в чорно-білому репортажному форматі є рідкісним явищем, особливо в контексті воєнних подій.
- **Соціальній значущості:** Проєкт не просто розважає, а інформує про важливий соціальний феномен, викликаючи дискусії про патріотизм, ідентичність та трансформацію суспільства.
- **Особистому бренду:** Як креативний контент-продюсер, автор вибудовує особистий бренд, що є особливо цінним для сучасної аудиторії, яка, за даними Центру контент-аналізу (2023), дедалі більше довіряє незалежним авторським медіа, відповідно до М. Ю. Мельник [12, с. 45].

Підсумовуючи, дослідження ринку та аудиторії підтверджує, що «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”» має чітку нішу та значний потенціал. Стратегія контент-продюсування ґрунтується на розумінні того, що успіх у цифрову епоху приходить не до того, хто має найгучніший голос, а до того, хто говорить змістовно, вчасно й точно у свою цільову аудиторію [9], с.155. Наведений медіапроєкт готовий відповідати на ці запити, пропонуючи глибокий, автентичний та візуально потужний контент, що заповнює важливу прогалину в національній пам’яті та культурному ландшафті.

## РОЗДІЛ II. Сценарний план медіапроєкту

Сценарний план для проєкту «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”» виконує функцію структурування усіх підготовчих та виконавчих етапів роботи з безпосередньо створення та продюсування контенту. Цей план допомагає завжди чітко розуміти на якому з етапів знаходиться автор під час реалізації своїх задумів, навіть якщо виникають будь-які технічні чи організаційні складності.

### 2.1. Загальні характеристики медіапроєкту.

Сценарій складається з кількох основних компонентів, які допомагають планувати роботу і контролювати весь цикл створення контенту:

- **Визначення тематики зйомки, аналіз не зафіксованих сюжетів.** Пошук нових сюжетів або героя (героїв) для фотографування. Визначення як саме і коли будуть проходити зйомки, в яких обставинах. Вибір локації.
- **Знімальний процес:** підготовка камери, перебування на локації, безпосередня зйомка, комунікація з героями.
- **Попередній відбір та обробка фотографій:** після широкого відбору всіх умовно «хороших» кадрів (50-60 фото) обробка їх за допомогою програми Lightroom (додаток Д).
- **Фінальний відбір:** я визначаю найкращі фото з попереднього відбору (1-3 фото), визначаю в якому порядку вони будуть стояти. Ці кадри мають повністю відповідати запланованому наративу та закривати сюжетну діру вже існуючого фінільного відбору проєкту.
- **Публікація:** фото викладаються на платформі <https://500px.com/portfolio> , а саме на особистому вебсайті присвяченому проєкту <https://oleksandrmagula.online/> (додатки А, Б, В, Г, Д) . Дублювання публікації на робочу сторінку в інстаграм [https://www.instagram.com/oleksandr\\_magula/](https://www.instagram.com/oleksandr_magula/) (додаток Ж) , щоб сповістити аудиторію про оновлення на сайті.

- **Аналітика:** відстежування статистики переглядів, збережень, репостів і переходів на сайт для розуміння, які фото приваблюють більше уваги.
- Таким чином, ці компоненти сценарного плану створюють основу для системної роботи і допомагають підтримувати баланс між творчістю та стратегічним підходом до архівування проєкту.

## 2.2. Етапи, послідовність та очікувані результати реалізації проєкту

Етапи і послідовність реалізації проєкту представлені в Таблиці 1.

*Таблиця 1.*

| Етапи і послідовність реалізації проєкту |                                                                                                              |                                                                               |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Етап                                     | Дія                                                                                                          | Формат/<br>інструментарій                                                     |
| Підготовка                               | Визначення теми зйомки, пошук героїв, визначення пріоритетів конкретної зйомки в загальному наративі проєкту | Організація зйомки, робота з архівом, комунікація з героями                   |
| Знімальний процес                        | Зйомка в кольорі, запис інтерв'ю                                                                             | RAW/JPG<br>Фотокамера CANON R-6, об'єктив CANON 24-70, об'єктив TAMROM 35-150 |
| Цифрова обробка                          | Попередній відбір фото, обробка за допомогою Lightroom, чорно-біла стилістика фото                           | RAW/JPG                                                                       |
| Селекція/<br>публікація                  | Фінальний відбір фото, опис, публікація                                                                      | 500px/Instagram/сторонні платформи                                            |
| Аналіз                                   | Статистика переглядів і збережень, вибір медіа для майбутніх публікацій                                      | Таблиця/спостереження                                                         |

### ***Очікувані результати.***

Реалізація сценарного плану дозволяє розраховувати на такі результати:

- Накопичення архіву відібраних фото у форматі онлайн.
- Підвищення залученості завдяки регулярній публікації.

- Створення публічного портфоліо на основі 500px.com, яке буде виконувати функції точки входу для професійної співпраці з фоторедакторами, кураторами, грантодавцями або видавництвами.

Таким чином, наведений сценарний план об'єднує творчий і стратегічний підхід, поєднує регулярність публікацій із системою аналізу результатів, що забезпечує розвиток проєкту та підтримання високої якості контенту [13, с. 205].

## РОЗДІЛ III. Маркетингові стратегії просування проєкту

Даний маркетинговий план сфокусований на максимально ефективному використанні обмежених ресурсів для досягнення широкої видимості та сталої реалізації проєкту. Головні цілі — це розбудова впізнаваності «фанатського стартапу», як унікального документального дослідження, залучення активної аудиторії та забезпечення фінансової стійкості через гранти та продажі.

Основними каналами просування є власні цифрові платформи: 500px, як професійне портфоліо (з річною підпискою 120 USD), а також соціальні мережі (Instagram, Facebook,) для цільової та широкої комунікації. Додатковим є використання медіа-партнерства та офлайн-формати, такі як виставки та лекції [9].

### 3.1. Просування проєкту

Основна мета — не просто презентувати фотографічний матеріал, а перетворити «Правила бійцівського клубу» на самостійний, впізнаваний медіабренд, що матиме довгостроковий культурний, освітній та економічний вплив.

1. **Підвищення видимості та впізнаваності:** Забезпечити широке охоплення цільової аудиторії в Україні та за кордоном, позиціонуючи проєкт, як унікальне документальне дослідження української фанатської субкультури.
2. **Залучення та розбудова спільноти:** Створити активну й зацікавлену аудиторію, яка взаємодіятиме з контентом, ділитиметься ним та сприятиме подальшому поширенню ідей проєкту.
3. **Фінансова стабільність та масштабування:** Залучити додаткові джерела фінансування (гранти, спонсорство, продаж продуктів) для реалізації ключових етапів — друку фотокниги та організації виставок.

**4. Створення культурної спадщини:** Забезпечити збереження та доступність матеріалів проєкту, як цінного архівного та освітнього ресурсу для майбутніх поколінь.

***Канали просування:***

**500px (сайт-портфоліо):** Основа проєкту. Регулярне оновлення високоякісних чорно-білих фотографій, організованих у тематичні серії. Оптимізація для пошукових систем та професійного перегляду. (Підписка 120 USD/рік)

**Instagram:** Ключовий візуальний канал для презентації окремих фото, коротких серій, сторіз з "бекстейджем" та міні-інтерв'ю. Використання хештегів (напр., #УкраїнськіФанати, #Футбол, #ДокументальнаФотографія, #ФанатськийРух).

**Facebook:** Для ширших постів, анонсів, взаємодії зі спільнотами та обговорень, зокрема і тих, що стосуються контексту війни.

**Персональний вебсайт:** Централізований ресурс для всіх матеріалів, розширених есеїв, відеоінтерв'ю, каталогу робіт, інформації про виставки та продажів.

**Медіа-партнерства (залучені/платні):** Спеціалізовані фотовидання (Bird in Flight, UAPP, міжнародні). Продовження співпраці та пошук нових можливостей для публікацій, що охоплюють ширшу професійну аудиторію. Це може включати як "earned media" (безкоштовні публікації за рахунок високої якості контенту), так і "paid media" (оплачені партнерські матеріали).

**Міжнародні ЗМІ:** Активне просування проєкту в міжнародних медіа, що висвітлюють події в Україні, війну та культурні трансформації.

**Виставки:** Організація персональних та колективних фотовиставок у галереях, культурних центрах (в Україні та за кордоном).

**Фотофестивалі:** Участь у міжнародних фотофестивалях для професійної презентації та нетворкінгу.

**Презентації та лекції:** Виступи в університетах, фотошколах

### 3.2. Соціально-економічна мета

Медіапроект «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”», окрім документальної цінності, має великий потенціал для залучення широкої аудиторії, яка виходить за межі вже зацікавлених фанатів і фотографів. Для цього заплановано застосовувати багатовекторну тактику, що поєднує прямі та опосередковані канали комунікації.

#### *Активний візуальний сторітелінг у соціальних мережах.*

**Instagram та Facebook:** використання цих платформ для демонстрації найбільш емоційних та візуально вдалих фотографій. Кожен пост буде супроводжуватися лаконічною, але глибокою історією чи цитатою фаната, що розкриває контекст зображення. Мета – не просто показати фото, а створити міні-наратив, який зачепить глядача. Активне використання релевантних хештегів (#УкраїнськіФанати, #ФутболУкраїни, #ІсторіяНаШкірі, #ВійнаІКультура, #Субкультура) та геоміток, щоб охопити тих, хто цікавиться українським контекстом, соціальною документалістикою та футболом. Також фіксація на публікації серій, що розкривають трансформацію фанатського руху в умовах війни, привертаючи увагу ширшої громадськості до людського виміру подій в Україні.

#### *Контент-маркетинг та публікації у медіа.*

**Співпраця з українськими та міжнародними медіа:** окрім вже існуючих публікацій на Bird in Flight та UAPP, автор активно пропонуватиме матеріали проекту іншим виданням, що спеціалізуються на культурі, соціології, спорті та соціальних питаннях. Це можуть бути як спеціалізовані фотожурнали, так і новинні портали чи онлайн-медіа, які мають широке охоплення. Фокусуватимуся на унікальних аспектах проекту: довготривалість дослідження, чорно-білий репортаж, вплив війни на субкультуру.

**Авторські колонки та інтерв'ю:** виступи в якості експерта з питань фанатської культури та соціальної документалістики, пропонуючи медіа авторські тексти, аналітичні матеріали або інтерв'ю, де буде розповідатись про

проект, його методологію та висновки. Це дозволить позиціонувати проект, як авторитетне дослідження.

***Залучення через освітні та культурні платформи.***

**Лекції та воркшопи:** проведення відкритих лекцій та воркшопів для університетів, культурних центрів, фотошкіл. На цих заходах можна демонструвати фотографії, ділитися особистими історіями зйомок, обговорювати етику репортажу та феномен фанатської культури. Це безпосередній контакт з новою, часто молодого, аудиторією, що зацікавлена у фотографії, соціології, культурних студіях.

**Партнерства з тематичними організаціями:** пошук партнерських проєктів з футбольними клубами, асоціаціями вболівальників, музеями спорту та культурними фондами. Це дозволить розширити охоплення серед цільової спортивної аудиторії та використати їхні канали комунікації для просування.

***Створення імерсивного досвіду через виставки:***

**Виставкові проєкти:** організація виставок – це потужний інструмент залучення нової аудиторії. В рамках проєкту необхідно створити не просто експозицію фотографій, а імерсивні інсталяції, де візуальний контент доповнюватиметься аудіо-історіями фанатів, відеофрагментами, інтерактивними елементами.

***Планування майбутніх активностей.***

Розвиток сайту, з перспективою переносу його на більш складну платформу, таку як WordPress, для створення більш складної онлайн екосистеми присвяченої проєкту. Висування проєкту на фото конкурси з призовими фондами, результати яких також будуть складати основну рушійну силу в фінансовому та маркетинговому плані.

## РОЗДІЛ IV. Бюджет проєкту

В якості креативного контент-продюсер власного медіапроєкту, автор підходить до бюджетування не як до простої фінансової звітності, а як до стратегічного інструменту, що забезпечує життєздатність та динамічний розвиток власного «фанатського стартапу». Попри те, що річний бюджет є доволі скромним, він є фундаментом для всіх подальших кроків і відображає підхід до ефективного використання ресурсів.

Основні статті цього бюджету покривають критично важливі потреби для безперебійного функціонування проєкту.

### 4.1. Аналіз витрат та планові доходи.

*Бюджет медіапроєкту умовно поділяється на такі категорії.*

1. **Виробничі витрати** — поїздки в інші міста для зйомок;
2. **Цифрова обробка та підготовка публікацій** — технічні ресурси та програмне забезпечення;
3. **Маркетингові витрати** — просування та підтримка видимості;
4. **Операційні витрати** — інтернет, електроенергія, амортизація фото обладнання;
5. **Резерви розвитку та непередбачувані витрати** — фонди для майбутніх потреб або непередбачених ситуацій.

Таке структурне розділення дозволяє чітко відслідковувати, на що витрачаються ресурси, та забезпечує прозорість фінансового планування [14].

#### *Виробничі витрати.*

Виробничі витрати охоплюють перш за все витрати на логістику і проживання, якщо герої зйомок знаходяться в іншому місті. Ця категорія включає:

- **Квиток на поїзд**
- **Проживання в готелі**

- Їжа
- Інші витрати на місці

Всі ці витрати дозволяють оперативно переміщуватись країною за потреби створення контенту в різних регіонах. Для наочності можна представити приблизний розподіл виробничих витрат на одну поїздку (таблиця 2):

*Таблиця 2.*

| Розподіл виробничих витрат на одну поїздку |                          |                                 |
|--------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Матеріал/обладнання                        | Прогнозна вартість (грн) | Примітки                        |
| Квиток на поїзд в обидві сторони           | 800+800                  | ціна на квиток може змінюватись |
| Проживання в готелі                        | 1200                     | середня добова ціна по Україні  |
| Їжа                                        | 700                      | на добу                         |
| <b>Разом</b>                               | <b>3500</b>              | основні виробничі витрати       |

Ця таблиця дозволяє краще орієнтуватись у витратах на робочі поїздки, а також полегшує звітність при подачі грантових заявок.

### ***Цифрова обробка та підготовка публікацій.***

Цифрова обробка фотографій у Lightroom — це не просто технічний етап, а невід'ємна частина творчого процесу, що дозволяє посилити наратив, зберегти автентичність і досягти бажаної візуальної естетики чорно-білого зображення. Даниц підхід до обробки зумовлений жанром репортажу та бажанням уникнути маніпуляцій в галузі фотожурналістики, які описані на сайті престижного фото конкурсу World Press Photo [4].

### ***Покрокова інструкція обробки в Lightroom.***

**Імпорт та первинний відбір (Culling):** після зйомки відбувається імпорт всіх кадрів до Lightroom. Перший і найважливіший етап – швидкий, але уважний відбір. Використовується система рейтингування (теги), щоб відсіяти технічно невдалі кадри та ті, що не несуть наративної цінності. Для репортажу важливо мати чіткий фокус на історіях та емоціях, тому обираються ті зображення, які найбільш виразно передають настрій, символізм або взаємодію. Цей етап

критично важливий для формування цілісного візуального ряду, як окремої серії, так і загальної історії.

### *Глобальні корекції світла та контраст.*

**Переведення у чорно-білий:** це перша дія у модулі Develop. Використовується панель "Black & White Mixer" (або "B&W Mix"). Це дозволяє фотографу не просто знебарвити зображення, а контролювати тональність кожного кольору. Наприклад, підвищення жовтих і червоних каналів може висвітлити шкіру та обличчя, тоді як зміна синіх може поглибити небо або тіні, створюючи драматичніший ефект. Цей інструмент дозволяє "малювати світлом" і "скульптурувати" тони, які в кольорі були б менш виразними.

**Експозиція:** необхідно завжди прагнути виправити недоліки, але так, щоб зберегти реалістичність сцени.

**Контраст:** авторський вибір чорно-білого формату диктує особливу увагу до контрасту. Інколи необхідно додати помірний контраст, щоб "відділити" об'єкти від фону і надати зображенню глибини, не роблячи його занадто "жорстким" або штучним.

**Світлі ділянки (Highlights) та Тіні (Shadows):** фотограф регулює ці повзунки, щоб витягнути деталі з найяскравіших і найтемніших ділянок. Це важливо для чорно-білого знімку, де потрібно зберегти інформацію як у затінених обличчях, так і в світлих елементах, таких як дим або елементи одягу.

**Білі (Whites) та Чорні (Blacks):** налаштування для досягнення глибоких чорних і чистих білих, що додає драматизму та динаміки монохромному зображенню.

### *Деталізація та ефекти.*

**Texture та Clarity (Текстура та Чіткість):** для репортажних фотографій, де важлива фактура облич, одягу, навколишнього середовища, фотограф може часто трохи піднімати ці повзунки. Це додає зображенню "грубості", реалізму, що ідеально відповідає темі описаного проєкту.

**Різкість (Sharpening):** фотограф може додавати різкість, особливо там, де це допомагає виділити ключові деталі (наприклад, очі або елементи символіки).

**Шумоподавлення (Noise Reduction):** оскільки багато зйомок відбуваються в умовах недостатнього освітлення або динаміки, високе ISO є нормою. Використовувати шумоподавлення необхідно дозовано, щоб прибрати надмірний шум, але не "замилити" важливі деталі та зберегти зернистість, яка іноді додає автентичності.

**Зерно (Grain):** можливе додавання дрібного, ледь помітного зерна. Це надає цифровій фотографії аналогового, "плівкового" вигляду, створюючи відчуття позачасовості та документальності, що відповідає концепції проєкту.

#### ***Експорт та фінальний відбір.***

Після закінчення обробки в **Lightroom** з первинного відбору зазвичай залишається до 10 зображень. Експорт відбувається на жорсткий диск в форматі JPG, з яких в подальшому відбирається всього декілька для додання в загальну фото історію і завантаження на особистий сайт через платформу 500px.com.

#### ***Маркетингові витрати.***

В медіапроєкті «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”» традиційні маркетингові витрати у їхньому прямому розумінні (як, наприклад, бюджети на рекламні кампанії) практично відсутні. Маркетингова стратегія ґрунтується на органічному просуванні, цінності контенту та особистих зусиллях, що є суттю продюсування в цифрових медіа.

#### **Фактичні та опосередковані витрати, що підтримують маркетинг.**

1. **Платформа 500px (120 USD/рік):** це прямий щорічний інвестиційний внесок у маркетингову інфраструктуру проєкту. Підписка на 500px є критично важливою для:

- **Професійної презентації:** це централізоване, якісне портфоліо, яке слугує вітриною для кураторів, видавців та потенційних партнерів. Його візуальна естетика та функціонал є невід'ємною частиною іміджу проєкту.

- **Видимість:** це професійний майданчик, який забезпечує доступ до ширшої міжнародної аудиторії фотографів та поціновувачів мистецтва.
- **Нетворкінг:** можливість контактувати з іншими професіоналами, що може призвести до колаборацій та нових можливостей для просування.

2. **Мікрогрант (1000 USD) від UAPP за підтримки International Press Institute (2024):** цей грант, хоча і не був призначений виключно на рекламні кампанії, став суттєвою підтримкою для розвитку проєкту, який має прямий маркетинговий ефект.

- **Підвищення якості виробництва:** це можуть бути витрати на оновлення техніки (що покращує якість фото, а отже, їхню привабливість для аудиторії), ліцензування програмного забезпечення (Lightroom), що дозволяє створювати візуально досконалий контент. Якість контенту — основний маркетинговий інструмент.
- **Дослідницька та польова робота:** частина коштів може йти на логістику зйомок, що дозволяє отримати новий, ексклюзивний матеріал. Цей новий матеріал, у свою чергу, стає свіжим контентом для публікацій і виставок, забезпечуючи постійний інфопривід.
- **Промоційні матеріали (прототипи):** можливість друку тестових відбитків для майбутніх виставок або створення макету фотокниги — це також інвестиція у промоцію, що дозволяє візуалізувати кінцевий продукт для потенційних інвесторів.

3. **Час та інтелектуальний капітал:** найбільша інвестиція — це власний час та праця.

- **Самостійне управління соціальними мережами:** розробка контент-планів, написання постів, відбір та адаптація фото для різних платформ, взаємодія з підписниками, моніторинг трендів. Це

безкоштовно з фінансової точки зору, але вимагає значних часових ресурсів.

***Операційні витрати:***

- **Інтернет** — стабільне підключення для;
- **Електроенергія** — обробка фотографій на ноутбучі;
- **Амортизація фото обладнання** — обслуговування камери та об'єктивів;
- **Підписка на плафторму 500px.com**

Приблизний річний бюджет операційних витрат наведено нижче (таблиця 3).

*Таблиця 3.*

| Річний бюджет операційних витрат |                          |                                            |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------|
| Категорія                        | Прогнозна вартість (грн) | Примітки                                   |
| Інтернет                         | 1500                     | щомісячна плата $\approx$ 125 грн          |
| Електроенергія                   | 1500                     | частка рахунку для роботи над фотографіями |
| Амортизація фото обладнання      | 3000                     | обслуговування камери та об'єктивів        |
| Підписка 500px                   | 6000                     | підписка на платформу сайту на рік         |
| <b>Разом</b>                     | <b>12000</b>             | операційні витрати на рік                  |

***Резерви розвитку та підсумковий бюджет.***

Навіть працюючи над медіапроектом як креативний контент-продюсер у форматі стартапу, автор усвідомлює критичну важливість стратегічного планування, що передбачає не лише поточні операційні витрати, а й резерви для майбутнього розвитку та гнучкості. Річний операційний бюджет проекту складає **12 000 гривень**, і розглядається, як фундамент для безперервної роботи над проектом.

***Формування резервів розвитку.***

Для забезпечення стійкості та динамічного зростання проекту, виділяються **резерви розвитку** в межах **10–15%** від річного операційного бюджету. Це

становить приблизно **1200–1800 гривень на рік**. Ці кошти не є надлишковими, а є стратегічною інвестицією в майбутнє, яка дозволяє:

1. **Реагувати на непередбачені можливості:** у репортажній фотографії та продюсуванні контенту часто виникають унікальні, але незаплановані нагоди. Наприклад, це може бути раптова можливість відвідати важливу подію, яка потребує термінових транспортних витрат, або необхідність швидко оплатити реєстраційний внесок для участі в престижному фотоконкурсі.
2. **Експериментувати з візуальними форматами та техніками:** навіть у чорно-білій цифровій фотографії та роботі в Lightroom існує простір для інновацій. Резерви дозволяють інвестувати в ліцензування нових плагінів для обробки, випробовувати друк на специфічних матеріалах для виставкових зразків, або навіть придбати аксесуар для камери, що розширить мої творчі можливості. Це забезпечує постійне покращення якості та новизну візуального контенту.
3. **Підтримувати та оновлювати інфраструктуру:** обладнання потребує обслуговування, а програмне забезпечення — оновлення. Резерви можуть бути використані для дрібного ремонту техніки, придбання додаткових накопичувачів для архівування фотоматеріалів або оновлення професійного програмного забезпечення, якщо виникне така потреба.
4. **Тестувати мікрмаркетингові ініціативи:** незважаючи на акцент на органічному просуванні, резервний фонд дає можливість проводити невеликі, точкові рекламні експерименти. Це може бути платне просування окремих постів на 500рх або в соціальних мережах для тестування нових аудиторій, що дозволить ефективніше планувати майбутні кампанії без значних ризиків для основного бюджету.

***Підсумок бюджету.***

- **Річний операційний бюджет:** 12 000 гривень. Ці кошти покривають базові, регулярні витрати на підтримку проєкту.
- **Резерви розвитку (10–15%):** 1200 – 1800 гривень. Ця сума забезпечує фінансову гнучкість, можливість інновацій та реагування на незаплановані можливості, підтримуючи "стартап-логіку" проєкту.
- Такий підхід дозволяє не лише ефективно використовувати наявні ресурси, але й активно шукати нові шляхи для розвитку проєкту, підтримувати високу якість контенту та забезпечувати його сталу присутність у цифровому медіапросторі

## 4.2. Механізм залучення коштів для проєкту.

### *Грантова підтримка.*

- Українські та міжнародні фотоплатформи і фонди: UAPP (Ukrainian Association of Professional Photographers), International Press Institute (IPI) — вже долучався [15]; Lemur Photo Grant [16], Magnum Foundation [17], Open Society Foundations (OSI) (проєкти з документальної фотографії) [18], British Council (культурні гранти) [19], Goethe-Institut (культурні програми).
- Культурні інституції й фонди в Україні: Український культурний фонд (УКФ) [20], Фонд ІЗОЛЯЦІЯ [21], PinchukArtCentre (проєкти й виставки) [22], Український інститут (promotion і співпраця).
- Європейські програми підтримки мистецтва: Creative Europe [23], European Cultural Foundation [24], Prince Claus Fund [25].
- Спортивні та некомерційні організації, які можуть бути зацікавлені у фінансуванні
- Спортивні організації та клуби: Федерація футболу України (FFU), національні або регіональні футбольні клуби (для підтримки історії фан-культури), місцеві клуби та асоціації вболівальників.

- Спонсори у спортивній сфері: бренди спортивного екіпірування (наприклад, локальні дистриб'ютори), спортивні маркетингові агенції, які можуть інвестувати в проєкти, що зберігають культурну спадщину.
- Некомерційні організації та НУО: культурні фонди (Український культурний фонд), громадські організації, що працюють з молоддю і соціальними ініціативами (наприклад, «Молодь за права», локальні ОСББ і фанатські ініціативи), правозахисні та освітні організації, які зацікавлені у збереженні пам'яті та дослідженні ідентичностей.
- **Культурні та соціальні медіа:** співпраця з виданнями, що висвітлюють культурні, соціальні та спортивні феномени, для розширеного висвітлення проєкту.

## РОЗДІЛ V. Результати проєкту

Дана дипломна робота, зосереджена на контент-продюсуванні цифрових медіа-проєктів, знаходить своє практичне втілення у проєкті «Створення фанатського стартапу “Правила бійцівського клубу”». Цей довготривалий задум, який розвивається з 2016 року, приніс багатогранний досвід, що охоплює як творчі, так і стратегічні аспекти роботи з візуальним контентом. Основна мета полягала у створенні й підтримці динамічного медіапроєкту, який не лише документує унікальну субкультуру, а й ефективно функціонує в сучасному цифровому середовищі.

Насамперед, проєкт дозволив напрацювати індивідуальний візуальний стиль, в якості фотожурналіста. Через призму чорно-білої репортажної фотографії виникає можливість глибоко занурюватися у світ героїв, фіксуючи сутність доліджувальної теми: емоції, ритуали, взаємодії та внутрішню дисципліну. Постійна присутність серед героїв проєкту, що триває понад дев'ять років, дозволила не просто збирати кадри, а формувати правдивий, неспотворений образ, який відображає їхнє повсякдення та реакції на різні події. Такий підхід до документування допоміг відточити композиційні навички, розуміння світла, тіні та фактури, що є ключовим для створення виразних та впливових фотографій. Кожен знімок є частиною ширшого наративу, що спільно розкриває глибинну ідентичність та соціальні зв'язки фанатського руху в Україні.

Важливим досягненням стало вдосконалення навичок редагування фотографій та освоєння платформи Lightroom, як інструменту для формування авторського стилю. Автор проєкту навчився не просто обробляти фотографії, а «продюсувати» їх візуальний вигляд, використовуючи можливості Lightroom для контролю над тонами, контрастом і деталізацією чорно-білого зображення. Це дозволяє підкреслювати драматизм, виявляти приховані сенси та підтримувати єдину естетику всієї серії, одночасно забезпечуючи технічну досконалість та відповідність репортажному жанру. Цей досвід підтвердив, що для створення

якісного візуального продукту, який має резонанс, потрібні не стільки значні фінансові вкладення, скільки майстерність, системний підхід та глибоке розуміння інструментів.

Ще одним важливим результатом роботи над проєктом можна вважати опанування платформи 500px, на якій був створен особистий сайт. Це допомогло в ході роботи на проєкті повністю зрозуміти цикл контент-продюсування медіа продукту.

Окрім творчих та технічних аспектів, значущим результатом є розбудова комунікаційних механізмів з аудиторією та її залучення. Хоча взаємодія з підписниками відбувається переважно через коментарі та відгуки під публікаціями на 500px, Bird in Flight чи UAPP або в робочому акаунті Instagram, цей прямий контакт є безцінним джерелом зворотного зв'язку. Він допомагає оцінювати сприйняття проєкту, розуміти, які аспекти фанатської культури найбільше цікавлять глядачів, і відповідно адаптувати контент-стратегію. Це не просто збір лайків, а діалог, який підтримує довіру до роботи і поглиблює розуміння соціальної ролі проєкту.

Проєкт також сприяв формуванню особистої маркетингової стратегії як контент-продюсера. Регулярна публікація якісного та глибокого контенту, адаптованого для різних платформ, разом із цілеспрямованим використанням 500px, як професійного портфоліо, забезпечила органічний ріст видимості. Отримання мікрогранту від UAPP за підтримки International Press Institute у 2024 році стало не лише фінансовою, а й репутаційною перемогою, що відкрила нові можливості для масштабування. Це дозволяє позиціонувати «Правила бійцівського клубу» не просто як художній проєкт, а як життєздатний «стартап», що генерує цінність і для аудиторії, і для потенційних партнерів.

Крім того, робота над проєктом суттєво розвинула навички проєктного менеджменту. Автор проєкту навчився ефективно балансувати між польовою роботою, обробкою матеріалу, створенням текстового супроводу та комунікацією, дотримуючись чіткого графіка. Управління обмеженим річним

операційним бюджетом у 12 000 гривень, включаючи річну підписку на 500рх за 120 доларів та резерви бюджету, розвинуло вміння раціонально розподіляти ресурси та ухвалювати виважені рішення. Цей досвід є фундаментом для подальшої кар'єри у сфері контент-продюсування, адже він демонструє вміння перетворювати творчий задум на керований та стійкий медіапродукт.

*Підсумовуючи, можна виокремити основні досягнення проекту.*

- Створено унікальний візуальний наратив фанатської субкультури через чорно-білу репортажну фотографію.
- Розроблено ефективний цикл виробництва та поширення контенту, зокрема на платформі 500рх.
- Залучено первинну грантову підтримку та встановлено модель для фінансового розвитку проекту.
- Збудовано взаємодію з аудиторією та медіа, що сприяє широкій видимості та впізнаваності.
- Вдосконалено особисті художні, технічні та менеджерські навички.

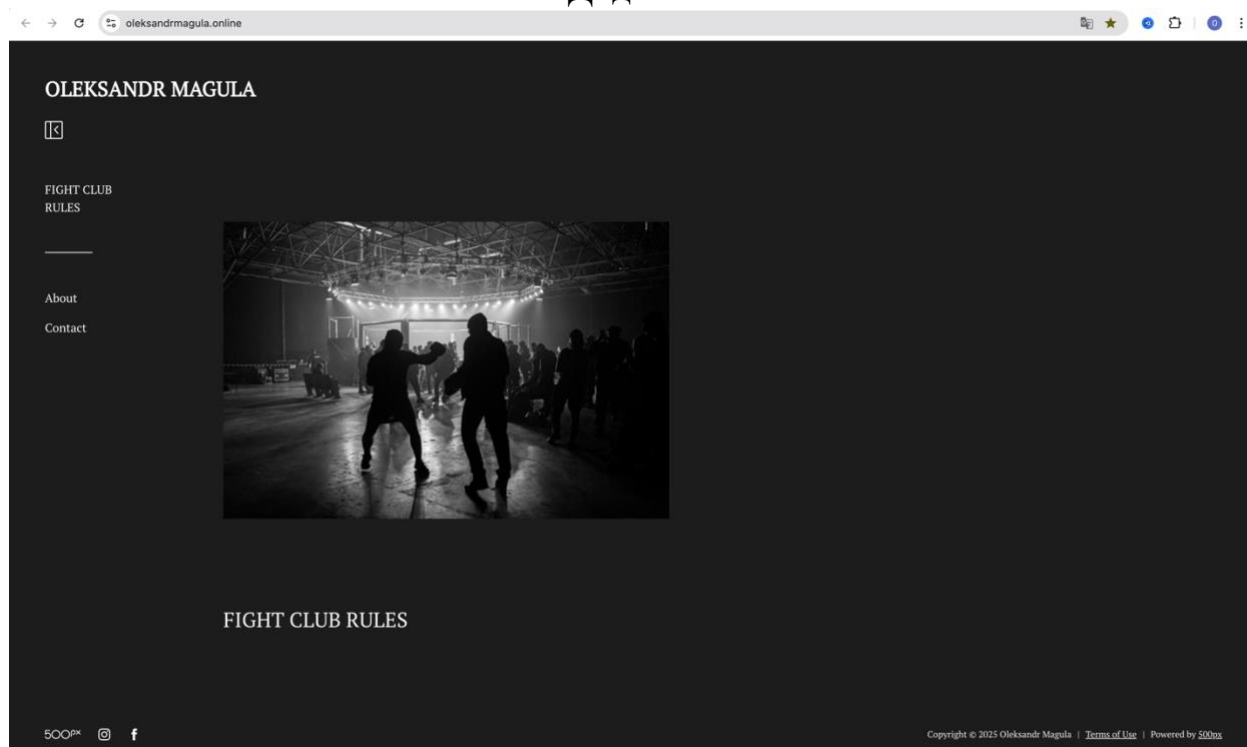
## Список використаних джерел.

1. 500px is a global online photo-sharing community and marketplace for photographers to showcase, discover, and monetize their work. URL : <https://500px.com/portfolio> (27.11.2025)
2. Український онлайн журнал про фотографію. URL : <https://birdinflight.com/nathnennya-2/project-uk/20221028-magula-football-fans.html> (27.11.2025)
3. Сайт Української асоціації професійних фотографів. URL : [https://www.ukrainianphotographers.com/uni-story/rules-of-the-fight-club-oleksandr-magulas-photo-project-about-ukrainian-football-fans?fbclid=IwRlRTSAOMGItleHRuA2FlbQlXMQBzcnRjBmFwcF9pZAo2NjI4NTY4Mzc5AAEe8T0OYtOFNEDaCyPW8m0XQxCknNZ3doCBaXOnzhMdf20B8h37LxmLI29JO5U\\_aem\\_PUqIxbtn7dSCvecxI0IgdA](https://www.ukrainianphotographers.com/uni-story/rules-of-the-fight-club-oleksandr-magulas-photo-project-about-ukrainian-football-fans?fbclid=IwRlRTSAOMGItleHRuA2FlbQlXMQBzcnRjBmFwcF9pZAo2NjI4NTY4Mzc5AAEe8T0OYtOFNEDaCyPW8m0XQxCknNZ3doCBaXOnzhMdf20B8h37LxmLI29JO5U_aem_PUqIxbtn7dSCvecxI0IgdA) (27.11.2025)
4. 2026 Contest verification process: what counts as manipulation. URL : <https://www.worldpressphoto.org/contest/verification-process/what-counts-as-manipulation> (27.11.2025)
5. Шевченко Л. С. Медіалінгвістика: теорія, методологія, практика. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 256 с.
6. Іванов І. В. Сучасний медіаландшафт : інтерактивність, мультимедійність, персоналізація. Львів : Видавництво ЛНУ, 2021. 312 с.
7. Холковська О. В. Нові медіа та трансформація журналістських жанрів. Київ : Академія української преси, 2022. 190 с.
8. Гаврилюк К. О. Візуальна комунікація в нових медіа. Київ: Ліра, 2021. 214 с.
9. Романенко Є. М. Цифрові медіа та покоління Z: особливості комунікації. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 198 с.
10. Кузнецова Т. О. Маркетинг у цифрових медіа: теорія та практика. Київ : КНЕУ, 2020. 276 с.

11. Мельниченко О. В. Формування громадянської позиції футбольних ультрас на прикладі «Динамо» та «Ворскли», 1991– 2019 рр.
12. Мельник М. Ю. Соціальні комунікації в цифрову епоху. Київ : Академвидав, 2020. 300 с.
13. Фіголь Н. М. Комунікаційно-лінгвістичний феномен електронного навчального дискурсу. Київ : Політехніка, 2018. 240 с.
14. Cokins G. Performance management: Integrating strategy execution, methodologies, risk, and analytics. New Jersey : Wiley, 2017. 104 с.
15. International Press Institute (IPI). URL : <https://ipi.media/> (27.11.2025)
16. Lemur Photo Grant. URL : <https://lemurfund.org/> (27.11.2025)
17. Open Society Foundations (OSI). URL : <https://www.opensocietyfoundations.org/> (27.11.2025)
18. Magnum Foundation URL : <https://www.magnumfoundation.org/> (27.11.2025)
19. British Council. URL : <https://englishonline.britishcouncil.org/> (27.11.2025)
20. Український культурний фонд. URL : <https://ucf.in.ua/> (27.11.2025)
21. Фонд ІЗОЛЯЦІЯ. URL : <https://izolyatsia.org/ua/> (27.11.2025)
22. PinchukArtCentre. URL : <https://pinchukfund.org/en/> (27.11.2025)
23. Creative Europe. URL : <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe> (27.11.2025)
24. European Cultural Foundation. URL : <https://culturalfoundation.eu/> (27.11.2025)
25. Prince Claus Fund. URL : <https://princeclausfund.nl/> (27.11.2025)

# ДОДАТКИ

## Додаток А



Додаток Б

OLEKSANDR MAGULA

FIGHT CLUB  
RULES

About

Contact

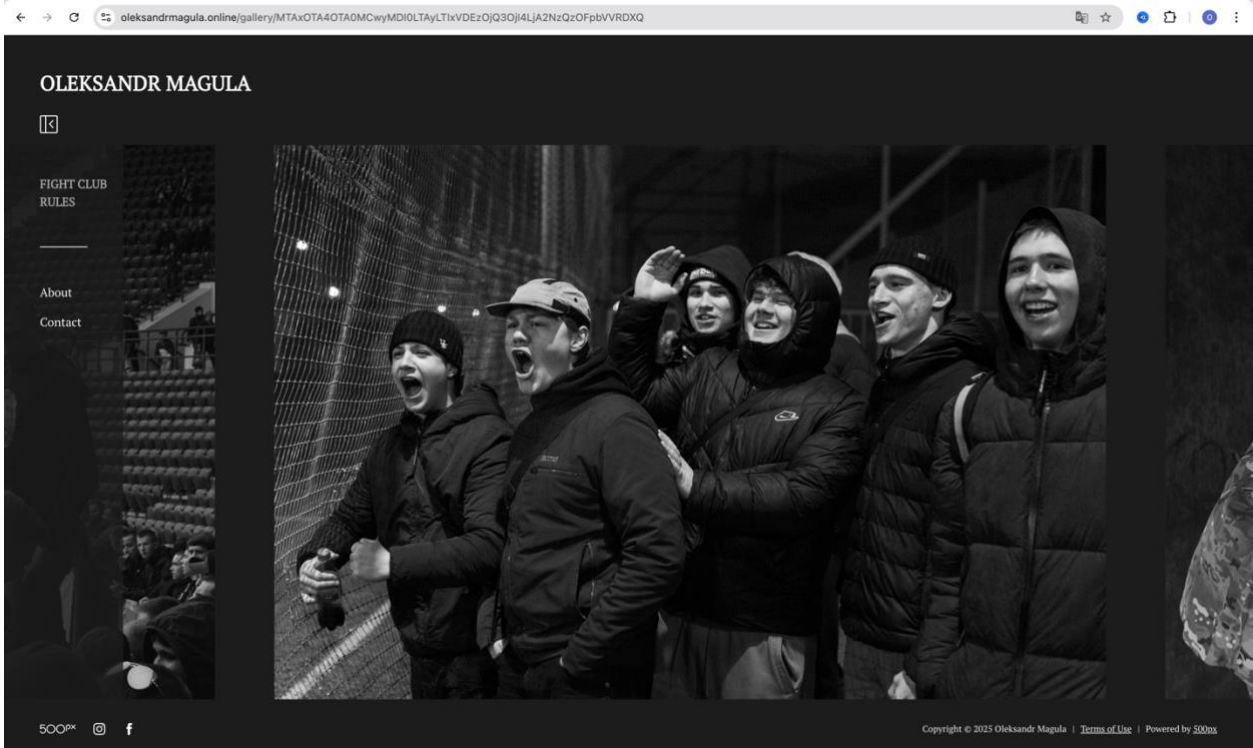
Photo project about football hooligans in Ukraine. Kharkiv photographer Oleksandr Magula has been documenting the life of Ukrainian football fans for the past nine years. After the full-scale invasion, many heroes of his project went to the front.

[Back](#)

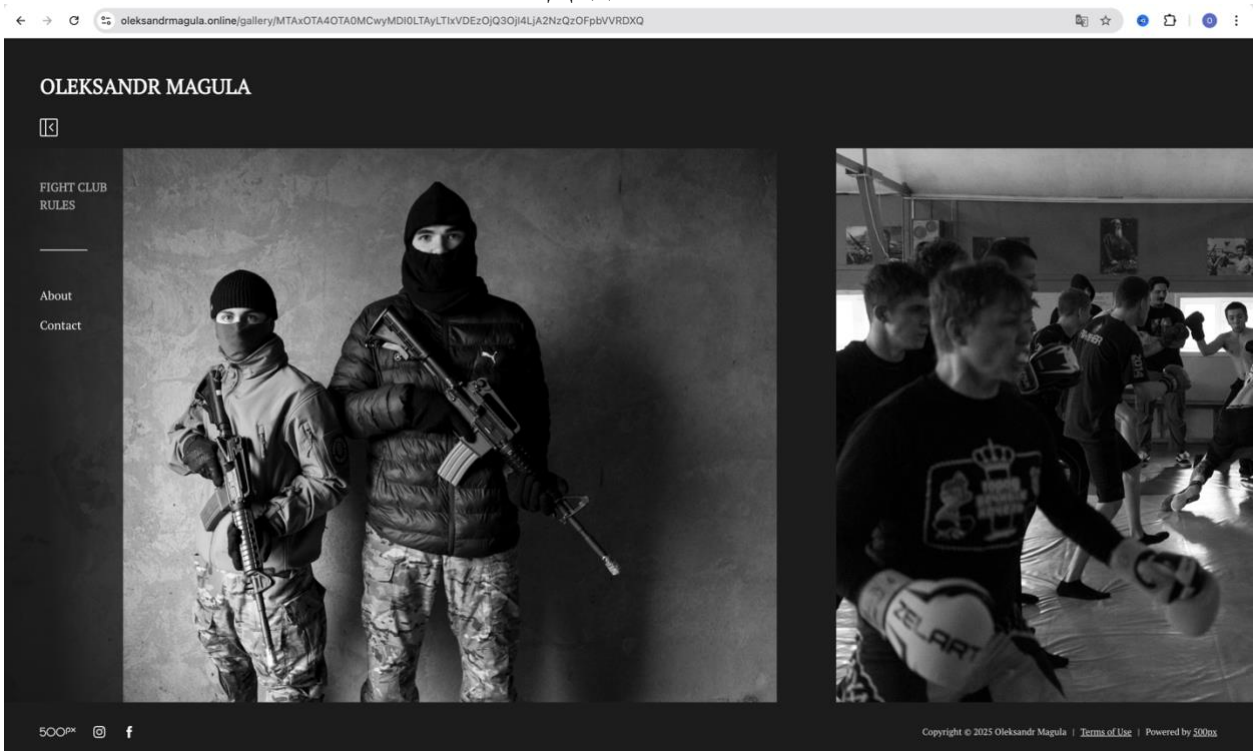
500px

Copyright © 2025 Oleksandr Magula | [Terms of Use](#) | Powered by 500px

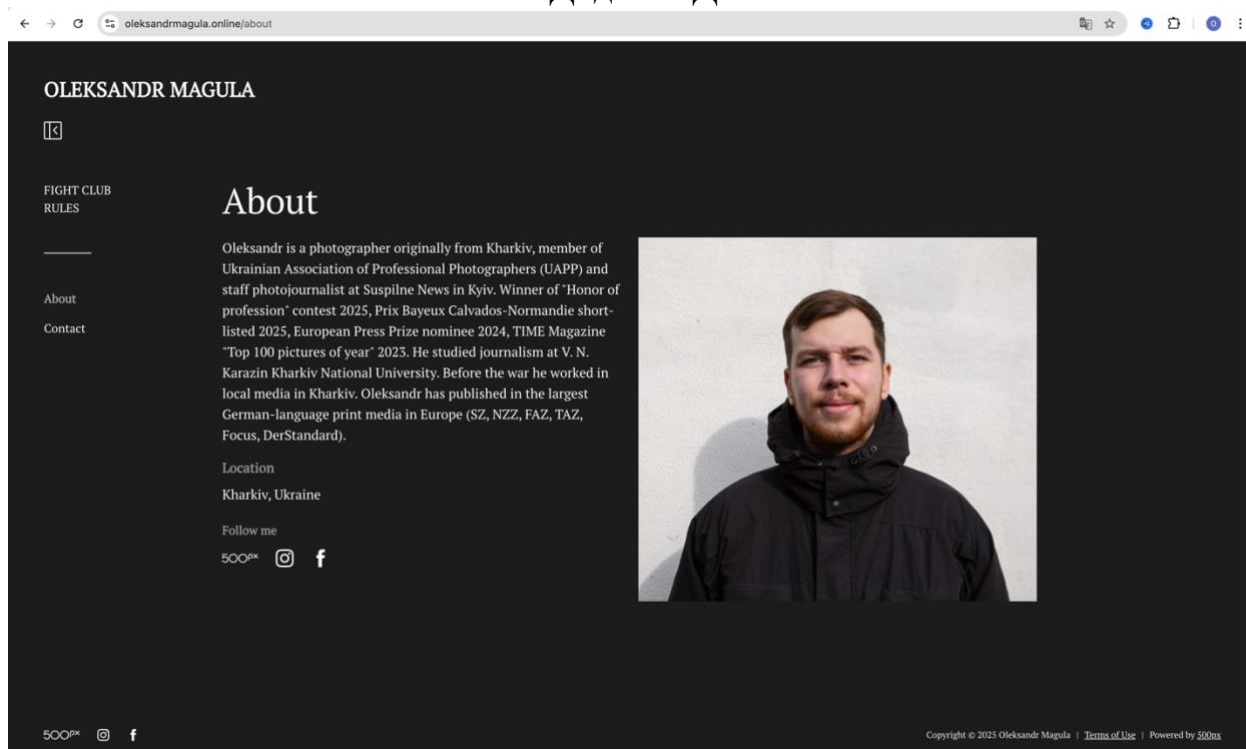
Додаток В



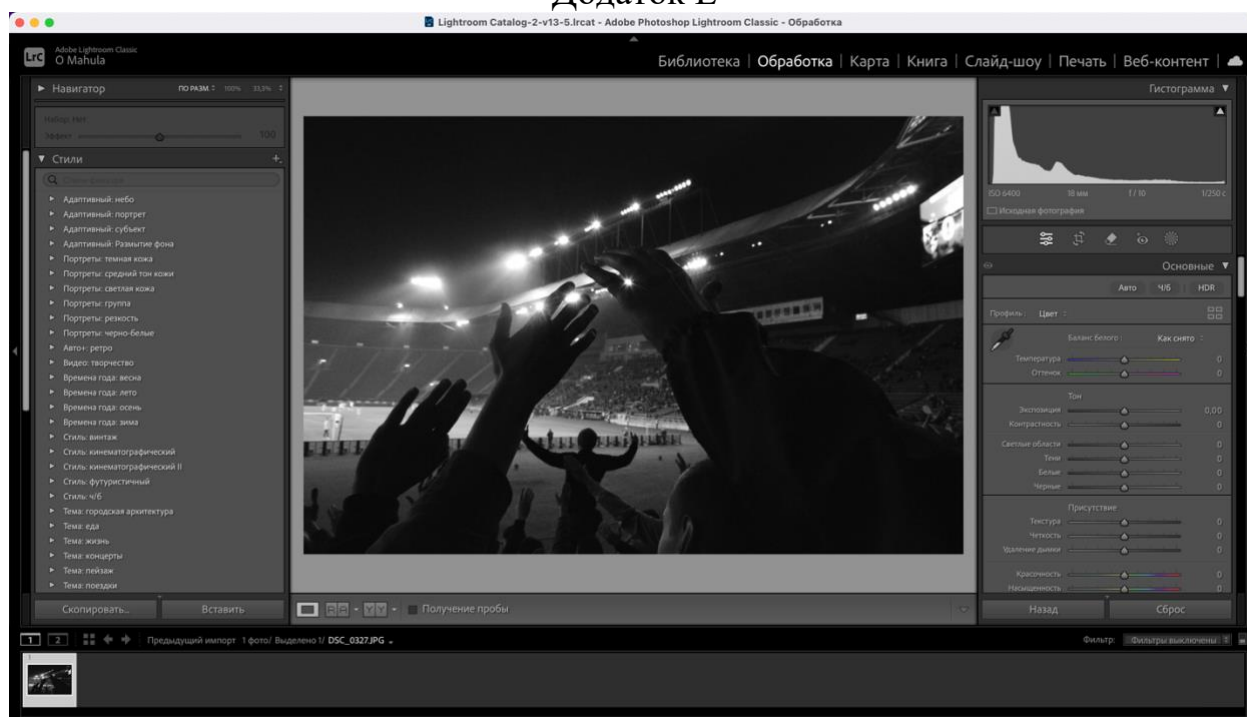
Додаток Г



## Додаток Д



## Додаток Е



Додаток Ж

