

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ НАЦІОНАЛЬНИЙ
АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

В.о завідувача кафедри
Іващук Антоніна Анатоліївна

«___» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ІВЕНТУ СОЦІАЛЬНОГО ФОТОПРОЄКТУ
«ТРАВМА ВІЙНИ»

Виконавець: Вінтоняк Дар'я Сергіївна

Керівник: к.н. держ.упр.

Лашкіна Марія Григорівна

Нормоконтролер: к.і.н.

Кулинич Олександра Іванівна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ІВЕНТИ ДЛЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ	7
1.1 Особливості організації івентів для соціальних проєктів	7
1.2 Філософія фотомистецтва та його значення для історичних подій.....	9
1.3 Українські фотографи під час війни: аналітичний огляд та приклади	17
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ІВЕНТУ «ТРАВМА ВІЙНИ»	27
2.1. Фото-історії для репрезентації матеріалів.....	27
2.2. Просування і реклама івенту.....	31
2.3. Організація та проведення івенту «Травма війни».....	33
Висновки до розділу 2	37
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	41
ДОДАТКИ.....	46

ВСТУП

Актуальність дослідження. Мистецтво фотографії, з моменту свого виникнення, стало одним із основних способів документування життя. Особливо важливою фотографія стає в часи історичних подій. Україна переживає найскрутніші історичні часи з моменту створення незалежної держави. Фотографія дає можливість задокументувати саму історію подій, злочини ворога та емоції учасників, та водночас показати красу, національний скарб та історичний контекст самої країни. Зруйновані життя, зруйновані будинки та зруйнована інфраструктура – безпосередні наслідки російської агресії в Україні.

Сухі текстові повідомлення засобів масової інформації (далі – ЗМІ) про події в Україні часто не можуть надати історичного та культурного контексту, необхідного для розуміння всього жаху та руйнувань, що відбуваються. Війна також актуалізувала національну свідомість суспільства, тому стають важливими теми, пов’язані з історичною роллю України у європейському проєкті, залежності Росії від української спадщини та автентичності української культури. Фотографії у цьому сенсі стають важливим свідомством і візуальним способом привернення уваги до нашої країни.

Потреба в організації спеціальних івентів для розповсюдження інформації про Україну, її історичну спадщину, культуру, сучасність актуалізована також непропорційним наповненням інформаційного простору, особливо у міжнародних ЗМІ. Наприклад, переважне використання термінів «українська криза» майже в кожній зовнішній розповіді про війну ефективно зміщує риторичний фокус із Москви на Київ і таким чином передбачає, що Україна, а не Росія, несе відповідальність за напруженість у сфері безпеки в Європі.

Зрештою, слід визнати, що аналіз української ситуації міжнародними ЗМІ та аналітичними центрами значною мірою визначається зовнішніми політичними та економічними інтересами. Геополітична конкуренція, союзи у сфері безпеки, роздуми про майбутнє трансатлантичних відносин та переговори між главами держав – ці теми домінують у новинах про Україну, а не в розповідях про її людей та життя осіб травмованих війною.

У міру того, як глобальні наслідки вторгнення стають дедалі відчутнішими, актуальним являється розробка культурних заходів присвячених подіям сучасності, з метою привернення уваги громадськості до ситуації в Україні.

Дослідженням в сфері івент-менеджменту останнім часом стають все більш популярними. Ми в своїй роботі використовували напрацювання таких вчених як Г. Дергачової (сутність та зміст івенту як основного елементу івент-менеджменту, особливості організації івентів); Т. Повалій та Н. Свійтайло (досліджували такі поняття як івент-менеджмент, івент-маркетинг, івент-менеджер); Ю. Буріменко, Ю. Галан, Л. Лебедевої, І. Щуровської (управління проєктами); Н. Паньків (іміджелогія та піар) та інших.

Об’єкт дослідження: івенти для соціальних проєктів з використанням фотографій.

Предмет дослідження: створення івенту соціального фотопроекту «Травма війни».

Мета дослідження: дослідити особливості проведення івентів для соціальних проєктів під час війни; здійснити організацію івенту соціального фотопроекту «Травма війни».

Для реалізації поставленої мети, були визначені наступні **завдання:**

1. розглянути особливості організації івентів для соціальних проєктів;
2. проаналізувати філософію фотомистецтва та його значення для історичних подій;

3. дослідити діяльність українських фотографів під час війни: аналітичний огляд та приклади;
4. здійснити організацію івенту соціального фотопроєкту «Травма війни».

Методологія дослідження. Важлива роль у вирішенні завдань дослідження була відведена мережевому підходу. Даний підхід дозволив розглянути особливості організації івентів для соціальних проєктів. Застосовуються в даній науковій роботі порівняльний метод, також контент-аналіз, за допомогою яких були проаналізовані роботи сучасних фотографів. Методи емпіричного дослідження (спостереження, порівняння).

Науково-теоретична складова у рамках дослідження полягає в тому, що розглянуто особливості організації івентів для соціальних проєктів; проаналізовано роботи сучасних українських фотографов; розроблено та проведено власний івент «Фотовиставка «Травма війни».

Практичне значення одержаних результатів. Опрацьована наукова-теоретична складова та практичний досвід проведення івентів може використовуватися в практичних роботах та лекційних матеріалах в курсах для студентів ОПП «Реклама і зв'язки з громадськістю».

Структура й обсяг роботи. Дипломна робота складається із вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (40 джерел) і додатків (7 додатків). Загальний обсяг роботи становить 66 сторінок, основний зміст викладено на 40 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ІВЕНТИ ДЛЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ

1.1 Особливості організації івентів для соціальних проєктів

Варто зазначити, що захід – вид людської діяльності, що передбачає зустріч і взаємодію різних людей, обмежену в часі та пов'язану з реалізацією спільних цілей. Івент (з англ. подія, захід) – це те, що планується на певний період часу, у конкретному місці, з конкретною цільовою аудиторією та метою. Отже, елементами івенту є час, місце, цільова аудиторія та мета.

Вчені Британського центру івент-менеджменту розглядають івент як проєкт, який проходить наступні етапи: ініціювання або розвиток ідеї, планування, організація, виконання, етап після івенту та аналіз ефективності [25].

Х. Піелічати та Дж. Елз у своїй науковій праці «Проектний івент-менеджмент» використовують таке визначення: «Івент – це сукупність заходів, пов'язаних з організацією події, яка має визначений термін виконання, звертається до аудиторії та клієнтів. Такий захід зазвичай передбачає участь громадськості, тоді як проєкт не обов'язково включатиме таку складову» [4].

На сучасному етапі існують різні підходи до класифікації івентів. Зокрема, дослідниця Дергачова Г.М. пропонує наступну класифікацію:

- за характером самого заходу (ділові, розважальні, тимблдінг);
- залежно від особи замовника (державні, корпоративні, приватні свята);

- за місцем проведення (заміська база відпочинку, відкриті та закриті майданчики) та ін.

Також заходи можна класифікувати за багатьма критеріями, такими як тип (характер, спосіб проведення), масштаб і мета:

- приватний івент (це дні народження, дитячі свята, весілля тощо);
- івент – менеджмент (це планування, організація, контроль та управління проєктом або заходом);
- подієвий маркетинг (англ. event – marketing) – систематична організація заходів як майданчик для презентації продукту (послуги);
- ділові заходи (англ. business event) – конференції, семінари, спеціально організовані зустрічі, які сприяють зміцненню ділових зв'язків, налагодженню відносин, розвитку нових проєктів.
- діловий івент – проводяться компаніями як для вирішення внутрішньо-корпоративних завдань, так і для зовнішньополітичних – спілкування з дилерами, клієнтами, партнерами [19].

Група вчених під керівництвом Х. Боудіна виділяють типи івентів, згруповані за розміром і масштабом події та за змістом:

1. За розміром і масштабом події:

- Івенти місцевого значення – локальні заходи, які орієнтовані на місцеву аудиторію.

- Івенти загальнодержавного значення – заходи, які завдяки своєму масштабу та інтересу в ЗМІ здатні залучити значну кількість відвідувачів, у тому числі для їх висвітлення в ЗМІ, та принести значні економічні вигоди.

- Знакові події (англ. Hallmark events) – події, які ототожнюються з етосом міста, регіону, країни, оскільки стають синонімами назви місця, а також мають широке визнання та поінформованість. Проведення таких заходів стає традицією.

- Мега івенти – світові події, які мають глобальний економічний вплив; висвітлюється ЗМІ по всьому світу. Країни змагаються за місце проведення таких заходів. Наприклад, Олімпійські ігри, Паралімпійські ігри, Чемпіонат світу з футболу.

2. За змістом:

- Культурні заходи – це різноманітні фестивали – музичні, мистецькі, які можуть відрізнятися за розміром і ступенем професійної складності в організації: фестивали з високим ступенем професійної організації дотримуються амбітної програми та мають багато цілей: досягнення найвищих стандартів організації, широке висвітлення в ЗМІ, значна кількість відвідувачів; мистецькі фестивали – орієнтовані на конкретний вид мистецтва, пропонують унікальні можливості для глядачів долучитися до цього виду мистецтва, зосереджуючись на майстер-класах; інклюзивні фестивали – передбачають безпосередню участь окремих груп населення; календарні свята; фестивали художньої самодіяльності; комерційні музичні фестивали просто неба.

- Спортивні події: мегаспортивні події: події, у яких змагаються країни; календарні події міжнародного та національного значення; показові заходи – наприклад, перед змаганнями з боксу.

- Ділові заходи (конференції, виставки, рекламні тури та зустрічі). Виставки можна визначити як «місця для презентації продуктів або послуг для запрошеної аудиторії з метою стимулювання продажів або інформування відвідувача про товар [4].

Організація івентів відіграє велику роль в популяризації соціальних проєктів. Соціальний проєкт – науково обґрунтована модель конкретного вирішення соціальної проблеми, виражена в певній знаковій формі (системі документації); соціальна інновація, сконструйована ініціатором проєкту, метою якої є створення, модернізація або підтримання в навколишньому середовищі матеріальної чи духовної цінності, яка має

просторово-часові та ресурсні межі та чий вплив на людей визнається позитивним з точки зору його суспільного значення. Під соціальною інновацією розуміють вид управлінського рішення, ідея якого передбачає цілеспрямовану зміну того чи іншого соціального явища чи процесу, а реалізація полягає в реалізації цієї ідеї. Ініціатором проєкту може бути як окрема особа, так і організація чи громада [20].

У рамках нашого дослідження центральною темою є вивчення особливостей організації івенту соціального проєкту «Травма війни», акцент в якому зроблений на створення фотовиставки. Отже, проаналізовані напрацюваннями науковців, дозволяють визначити класифікацію події, відповідно до теорії івент-менеджменту. Представлений в нашому проєкті івент, присвячений темі «Травма війни», можна класифікувати за розміром і масштабом події, як івент загальнодержавного значення (планується долучити роботи фотографів з усієї України та з часом представити проєкт також і на міжнародному рівні); за змістом – діловий захід, оскільки проєкт має інформаційне наповнення для відвідувачів та несе важливий меседж – привернути увагу громадськості до подій в Україні.

1.2 Філософія фотомистецтва та його значення для історичних подій

У фотомистецтві більшість фотографій робиться за короткий момент, за секунду, коли конкретна подія стає унікальною, застиглою в континуумі часу; момент, який інакше був би для нас невидимий. Фотографії демонструють зсув парадигми між сьогоденням та минулим, ключ якого має унікальне значення. За словами Ю. Косін, фотографії – це мова, за

допомогою якої художник фіксує не предмет або людину, а своє ставлення до нього, в результаті чого генерується нова реальність.

Фото – це основа всіх масмедіа (англ. mass media – (радіо, телебачення, преса, кіно і т. ін.). За допомогою світлин можна показати цілий світ. «Неважливо, що ви знімаєте, важливий момент присутності чи відсутності чогось у кадрі» [25].

Протягом більшої частини свого короткого життя, філософи розглядали фотографію як інструмент, що служить її предмету, як засіб для досягнення мети. Критика в основному зосереджувалася на двох основних способах аналізу: аналіз зображення на фотографії – чи то історична подія, реклама чи мода – та її значущість для суспільства. Альтернативно критика зосередилася на технічних аспектах [28].

Критичні дискусії були зосереджені на історичних тенденціях, таких як пікторіалізм, або на таких жанрах, як пейзаж та фотожурналістика. Таким чином, фотографія ніколи не розглядалася як засіб чи самоціль – на відміну від кіно чи літератури. Саме в цьому критичному контексті французький філософ Р. Барт опублікував у 1980 році «Камеру Люциду», відповідаючи на те саме питання, яке ще не було задано належним чином: «В чому суть фотографії?» [29].

Р. Барт розпочав своє дослідження із з'ясування того, чим фотографія не є, – з розгляду її відмінностей від суміжних дисциплін. Дослідник зробив вирішальне спостереження: «фотографія зроблена механічно, а не по-людськи» [28].

Візьмемо, наприклад, живопис. Коли митець сідає перед вазою з фруктами і починає наносити фарбу на полотно, кінцевий результат, який

з'являється – це людська інтерпретація реальності. Вазу з фруктами знято «по-людськи». Художник бере реальне і перетворює його на нереальне у процесі інтерпретації.

З іншого боку, коли фотограф натискає кнопку спуску затвора фотоапарату, процес є чисто механічним. Художнього перетворення реального на нереальне немає, оскільки фотографія є буквальним відтворенням дійсності. Звичайно, правильна композиція об'єктів – це мистецтво, а також процес редагування, при якому світло та колір можуть бути спотворені задля досягнення художнього ефекту. Проте, навіть якщо на ці елементи можна вплинути, сфотографований об'єкт залишається реальною, фіксованою точкою. І в такий спосіб фотографія продовжує залишатися механічною копією реальності [29].

Маючи це на увазі, Р. Барт зробив ще одне спостереження: «фотографія – це повідомлення без коду». На перший погляд, це може здатися складнішим, але цю концепцію можна розбити на частини. Для прикладу візьмемо роман. У романі текст (вибір слів, структура) є «значним». А предмети, люди та події, що описуються в тексті, є «значними». Те, як автор представляє людей і події у своєму романі, визначається його власною творчістю.

Однак у фотографії стосунки між тим, що позначено і що означено інші. Як ми вже встановили, фотографія «знімається механічно, а не по-людськи». Це точна копія сьогодення. Іншими словами, фотографія яблука означає те яблуко, яке було сфотографовано. У фотографії немає розриву між реальним і нереальним, об'єктом і зображенням, з якого

можна висувати різні інтерпретації. Оскільки реальність сфотографованого об'єкта фіксована, так само фіксується і інтерпретація його.

Якщо фотографія – це просто грубий запис того, що є або що було, то зображення - не що інше, як дзеркало реальності, і йому нема чого сказати – ніякої інтерпретації. Культура обов'язково передує інтерпретації. Таким чином, якщо фотографіям нема чого сказати, то вони є докультурними артефактами, оскільки інтерпретація знаходиться під впливом культури. Отже, ми більше не можемо інтерпретувати значення фотографій, оскільки це означає нав'язування культурної настанови і, таким чином, неправильне розуміння самої їхньої природи (тобто як докультурних явищ) [28].

Це справді шкідливо для фотографії як виду мистецтва. Проте цей висновок суперечить досвіду фотографії і тому потаємному змісту, який фотограф в них вкладає. То що робити? Р. Барт запропонував рішення. Відсутність коду, стверджував він, стає кодом фотографії. Тобто значення фотографії стає об'єктивним, оскільки сфотографована річ обов'язково реальна. На відміну від картини, пейзаж якої можна уявити, об'єкт фотографії обов'язково має існувати. Це накладає на фотографію реальність та минуле, на відміну від кіно та літератури, в цьому полягає унікальний елемент фотографії: вона фіксує «те, що було», і те, що вона означає, обов'язково реально, - робить висновок Р. Барт [14].

Р. Барт зазначає, що коли особа позує перед камерою, вона переживає себе чотирма різними способами. Ми одразу є людиною:

- ми думаємо, що ми;
- ми хочемо, щоб інші думали, що ми;

- фотограф думає, що ми;
- фотограф використовує з метою свого мистецтва.

В результаті люди схильні почуватися нещирими, коли позують для фотографії. Як описав сам Р. Барт: «Я не суб'єкт і не об'єкт, а суб'єкт, який відчуває, що стає об'єктом: тоді я відчуваю мікроверсію смерті» [28]. Ця «мікроверсія смерті» є ключовою концепцією для Р. Барта. Смерть є фундаментальним елементом фотографії як суб'єкта, так глядача. Ця ідея буде додатково проаналізована пізніше. А поки що звернемося до досвіду глядача.

Досвід глядача. Визначаючи суть фотографії – те, що було, Р. Барт зосередився на переживаннях глядача. Глядач – це людина, яка розглядає фотографію. Для глядача у фотографії є два окремі елементи: студія (від лат. *studium* - «старання, старанність, наука»,) та пунктум (від лат. *punctum* - укол, точка, пункт).

«Студія». За словами Р. Барта (1980) дуже широке поле безтурботних бажань, різноманітних інтересів, несуттєвих смаків. Простіше кажучи, досвід навчання у студії є результатом певних культурних знань, які дозволяють нам ідентифікувати наміри та наслідки фотографії.

Так, освіта, дана людині культурою, дозволяє їй бачити в кожній фотографії зразок чогось. Наприклад, фотографія, що зображує бідність і дитячу працю, може стимулювати широкий інтерес до нерівності і вказувати на намір фотографа – наприклад, що економічна система потребує змін. Фотографія в цьому сенсі апелює до студії – вона потребує певного знання (результату культури) та апелює до цього знання як до

ілюстративної нагоди чогось. Студія діє на двох рівнях значення: позначається і конотується [28].

Вказаний сенс – це об'єкт, який фотографія фіксує. З іншого боку, приховане значення – це те, що фотографія має на увазі у своєму символізмі: наприклад, що бідняки живуть під репресивним режимом і потребують змін.

«Punctum». Для того, щоб зрозуміти значення даного поняття слід розглянути низку прикладів. Конкретна фотографія, де відображені поранення і важке становище громадянського населення у війні, служить прикладом узагальненого ставлення до жорстокості війни – культурного поняття. Навпаки, другий елемент фотографії випадковий – фотограф не мав наміру його присутність. За Бартом, це називається punctum, латиною означає те, що «жалить», «ріже» або «ранить» [14].

У «Камері Люциду» приклади punctum варіюються від недоглянутих чоловічих нігтів до елементів одягу хлопчика. Це все другорядні особливості, які викликають несподівану реакцію у глядача. Punctum неочевидний, випадковий і викликає у глядача глибший емоційний відгук. Таким чином, це той самий елемент, який приваблює глядача до певних фотографій і знаходиться за межами значення, що позначається і конотовано [28].

У ширшому значенні можна зазначити, що studium (латиною означає «старання, старанність, наука»,) апелює до інтелекту, а punctum – до емоцій. Punctum вимагає глядача, але існує незалежно від нього, оскільки він «вже тут», і його можна виявити.

Ідея часу присутня у кожній фотографії. Існує думка, що фотографія заморожує час, але насправді є відображенням постійної, невблаганної природи часу. Як зазначає Р. Барт: «Коли ми дивимося на фотографію родича, ми знаємо – з огляду на суть фотографії («те, що було») – що ця людина безперечно існувала. Однак, розглядаючи цю фотографію в теперішньому, ми згадуємо, що ця людина помре або вже померла. І далі ми розуміємо, що це сьогодні, в якому ми розглядаємо фотографію, також стане минулим майбутнього, і що ми також помremo» [28]. На думку дослідника, варіація *punctum* – як час – перевершує суб'єктивний досвід глядача. З одного боку, він існує незалежно від глядача: об'єкт, що фотографується, існував і одного разу помре. А з іншого боку, саме це і додає глядач: у цьому перетині минулого, сьогодні та майбутнього він бачить «владний знак майбутньої смерті» [14].

Таким чином, фотографії ранять. Їхні випадкові деталі – ті, що знаходяться за межами навмисної розповіді – є елементами, які вловлюють людські емоції. І крім суб'єктивності емоцій, глядач по-справжньому ранив тема часу і пов'язана з ним смерть.

Аналізуючи значення фотографій в історії людства в цілому, слід підкреслити, що швидкий та успішний технологічний прогрес дозволив використовувати фотографічні зображення як помічники пам'яті, сурогати прямого спостереження і навіть надійні дублікати важливих документів. Фотографії можуть дати уявлення про минуле життя, давні події та забуті місця. Вони можуть допомогти сформувати наше розуміння культури, історії та самотності людей, які в них фігурують. Фотографія

використовувалася таким чином і сприймалася як інструмент точного та об'єктивного документування через її нерозривний зв'язок із реальним світом: світлочутлива плівка записує те, що знаходиться перед об'єктивом камери. Покоління фотографів використовували камеру для цієї мети, хоча багато хто з них визнає, що їхні зображення не є фіксованими констатаціями фактів, а скоріше, що їх можна читати та інтерпретувати по-різному.

Фотографії також можуть бути потужним інструментом для оповідання історій та ведення хроніки подій. Їхній контекст та уявлення можуть сильно вплинути на те, як ми розуміємо все: від історичних оповідань до поточних культурних проблем та ситуацій. Наприкінці 19-го та на початку 20-го століть фотографи, вчені та соціальні історики збирали фотографічні зображення до архівів, каталогізуючи людей, місця та природні явища.

До другої половини 20-го століття з'явилися нові перспективи, які кинули виклик ідеї фотоархіву та самої фотографії як об'єктивного запису. Багато сучасних художників зробили фотографії та фотоархіви предметом своєї роботи, переосмислюючи та по-новому інтерпретуючи історії, які вони передають, за допомогою різних методів – від присвоєння до цифрових маніпуляцій із існуючими зображеннями. При цьому вони прагнуть виявити упередження, кинути виклик загальноприйнятим історіям та побудувати нові наративи.

Отже, у висновку можемо зазначити, що філософія фотомистецтва, його основа – це спосіб зберегти пам'ять, закарбувати події та зберегти

історію для наступних поколінь. Розвиток фотографії та зростання ролі фотомистецтва в житті суспільства зробило його невід'ємною частиною соціуму, що активно відображається в розвитку сучасних медіа та усіх сферах життя.

1.3 Українські фотографи під час війни: аналітичний огляд та приклади івентів

Українські фотографи, навіть ті, хто раніше знімали весілля чи займався власним бізнесом, після повномасштабного вторгнення взялися за камери, щоб задокументувати військові злочини росіян і життя українців в умовах війни. Вони їдуть у зону бойових дій і одними з перших потрапляють на деокуповані території, щоб світ побачив життя в Україні таким, яким воно є після приходу російських загарбників.

В рамках нашого дослідження ми розглянули діяльність деяких із них, оскільки важливо зрозуміти мистецькі, філософські і соціальні основи фотографії та зв'язок з івент-менеджментом.

Фотограф-документаліст Є. Малолетка отримав широку популярність завдяки фотографіям з блокадного Маріуполя. Завдяки його фотографії Україна та весь світ змогли дізнатися про звірства росіян під час вторгнення та окупації міста, зокрема, про наслідки бомбардування пологового будинку. Редакція журналу Guardian обрала його найкращим фотографом 2022 року, також він став одним із лауреатів міжнародної фотопремії World Press Photo та отримав Пулітцерівську премію у 2023 році. Сам фотограф родом із Бердянська. У 2013–2014 роках Е. Малолетка висвітлював події Революції Гідності. Під час зйомок на Банковій

Беркутівці йому зламали руку та розбили об'єktiv (приклад рис. 1.1) [26].



Рис. 1.1 Роботи Є. Малолетки [26]

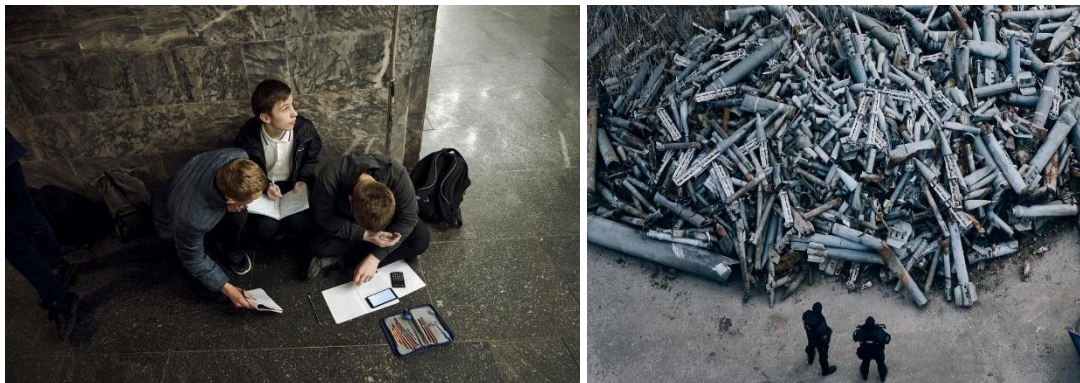
Фотокореспондент Associated Press Єфрем Лукацький раніше знімав у гарячих точках Близького Сходу. Зараз зарубіжні видання публікують його фотографії боротьби України з російськими загарбниками. Лукацький задокументував бої за Київ, Харків, злочини після окупації Бучі та Ірпеня (прикладі фото рис. 1.2).



Рис. 1.2 Роботи Єфреми Лукацького [26]

Світлини подружжя Костянтина та Влади Ліберових миттєво розлетілися соцмережами. До Великої війни фотографи знімали історії кохання, портрети та весільні фото. Зараз вони документують і публікують фоторепортажі з Бахмута, околиць Мар'їнки, фото бійців із госпіталів та стабілізаційних пунктів. Один із останніх фотосетів Ліберових

присвячений дітям, які ховаються у київському метро під час чергового ракетного обстрілу міста (рис. 1.3) [26].



1.3 Роботи подружжя Костянтина та Влади Ліберових [26]

Фотокореспондент Мстислав Чернов родом з Харкова. Він, як кореспондент Associated Press, і його колеги по агентству Євген Малолетка та Васи́лиса Степаненко були останніми журналістами Маріуполя перед його остаточним захопленням росіянами. За висвітлення війни в Україні Мстислав отримав Пулітцерівську премію. Також він фіксував злочини в деокупованому Бучі, наслідки обстрілів у Херсоні, лінію фронту в Харківській області. Однією з найзнаковіших фотографій Чернова стала фотографія палаючого пшеничного поля після російського обстрілу.

Також Мстислав Чернов раніше висвітлював події Революції Гідності, збиття літака МН-17 і війну в Нагірному Карабасі (рис.1.4.) [26].



Рис.1.4 Роботи Мстислава Чернова [26]

У серпні 2014 року Максим Дондюк разом із Максимом Левінім, Маркіяном Лисейком та Олександром Гяделовим задокументував

оточення Іловайська. Після початку великої війни Максим продовжує знімати в гарячих точках, фотографувати поранених у госпіталях, знімати дронами зруйновані села та знищену техніку окупантів.

Фото М. Дондюка з жінкою, яка втікає з Ірпеня з донькою на руках, потрапило на обкладинку американського журналу Time. Його фотографії також публікували Der Spiegel, GEO, журнал Zeit, Stern, Rolling Stone, Bloomberg Businessweek, Liberation та інші світові видання (рис. 1.5) [26].



Рис.1.5 Роботи М. Дондюка [26]

Українська фотожурналістка, режисерка та співзасновниця Veterano Brownie Юлія Кочетова багато років документує війну в Україні. Її фотографії публікували BBC Online, The Guardian, The Telegraph, The Huffington Post, The National Geographic та інші видання. Фотограф зафіксувала наслідки геноциду в Бучі, знімала на звільнених позиціях на Ізюмському плацдармі та на позиціях українських військових у Донецькій області (рис.1.6) [26].



Рис.1.6 Роботи Ю. Кочетової [26]

Український фотограф Петро Батанов опублікував світлини з Бахмута і розповів, як живуть місцеві жителі в місті під постійними обстрілами. Зробив фоторепортажі зі зруйнованої Авдіївки та фотопортрети жителів Херсонщини. Кожне фото показує життя на війні таким, яким воно є (прикладі работ рис. 1.7).



Рис.1.7 Роботи П. Батанова [26]

Михайло Палінчак – український вуличний та документальний фотограф, фотограф президента України Петра Порошенка та ініціатор спільноти української вуличної фотографії. На початку повномасштабного вторгнення знімав деокуповану Київщину, а згодом розширив географію на всю Україну (рис. 1.8) [26].



Рис.1.8 Роботи М. Палінчака [26]

Як бачимо, українські фотографи відображають та документують війну, часто ризикуючи своїм життям, стають першими свідками і документалістами війни в Україні. Дякуючи своїм роботам, багато з них

стали відомими в світі, без їх робіт не обходяться публікації як в українських так і у світових медіа. Українські фотографи стають відомими в світі митцями і отримують престижні професійні нагороди. Одні з них фіксують ключові події новітньої історії, які визначатимуть наше майбутнє, інші – працюють зі світовими знаменитостями та роблять свій внесок у сучасну візуальну культуру. Все це про українських фотографів, чії меседжі та унікальне бачення світу захоплюють і змушують замислитися [24].

Розглянуті нами роботи українських фотографів, стали відомим в світі дякуючи івентам, що були організовані ними та їхніми колегами в умовах війни.

Так, в березні-квітні 2023 року, у межах Європейського місяця фотографії в Берліні (EMOP) тривала виставка «Мистецтво давати раду війні – українська фотографія» (постер виставки можна подивитися у Додатку А)[18]. У рамках виставки п'ять фотографів представили п'ять особистих реакцій на війну.

Фотограф-документаліст Олександр Гляделов представив проєкт «Документація війни. Північна Україна» у межах виставки «Мистецтво давати раду війні – українська фотографія» (рис. 1.8). Він уже вісім років документує війну Росії проти України. Його світлини виходять далеко за межі простої фіксації подій, але завжди відкривають глядачеві ширший контекст і є своєрідним дороговказом за лаштунками війни для світової аудиторії.

Фотограф Яна Кононова представила проєкт «X-Scapes» - серію розмитих безіменних пейзажів, створених під впливом термічного впливу та ударних хвиль від вибухів на різні матеріали [18].



Рис. 1.8 Робота фотографа О. Гяделова [26]

Художник і фотограф Саша Курмаз представив проект «Червоний кінь». Він документує своє життя під час війни і в цьому митець шукає відповіді на питання: «Що означає творити мистецтво під час війни?», «Чи можна художньо передати досвід війни?», «Як інакше я думав би про мистецтво, якби не мав досвіду життя на війні?» [26].

Фотограф Олена Субач показала фото із серії «Приховане», яку знімала у Львові. У центрі уваги – реставратори художніх музеїв, які охороняють художні та культурні цінності в публічних місцях від можливого руйнування та ракетних обстрілів. У її фотографіях багато смутку, але також багато надії та ніжності.

Фотограф Ігор Бондаренко представив проект «Квіти під ударом». Серіал «Квіти під ударом» візуально найбільш віддалений від реальності війни, але акцентується на її емоційних аспектах. Квіти стають символом перемоги життя над смертю [23].

У 2023 році на базі Чернівецького обласного художнього музею було відкрито фотовиставку «Надія. Людські долі на війні». У рамках якої понад 40 необроблених фотографій з Бородянки, Бучі, Херсона, Чернігова, Бахмута та інших міст представили румунські журналісти-фотографи, які з початку повномасштабного вторгнення знімали репортажі в Україні. Виставку створила та представила команда суспільного мовника Румунії –

TVR. Вони сім разів їздили в Україну [22]. В цьому проєкті автором більшості фотографій став Дорел Оанке. Співавторами також є журналіст TVR News Алекс Костакі та оператор Богдан Мілітару. Фотографії для виставки були обрані з-поміж понад тисячі інших.

За словами Боти, назва виставки пов'язана з дівчиною Надією, яка є героїнею одного зі знімків. Як зазначає автор ідеї: «Ця херсонка постраждала на війні, тому таке сумне обличчя, хоча насправді вона світла і чиста душа. Поштовхом було почати все з неї. З цього зламаного війною життя. Від цього і пішла назва. Надія – це ім'я для дівчинки, яке в українській мові означає надію на краще життя та обличчя війни. Наголос робився на обличчі війни, на людях у ході війни та їхніх долях» [22].

У листопаді 2023 року в паризькій галереї GalerieGéraldineBanier відкрилася виставка «Дзеркало невинності» («LensofInnocence»). Її ініціаторами став незалежний український колектив «Спілка» (Spilka), який займається мистецькою та волонтерською діяльністю. На груповій виставці було представлено понад 40 робіт 25 молодих фотографів з України, а також із США, Франції, Німеччини та Великої Британії. Усі роботи створені в Україні з 2014 по 2023 рік (рекламні постери виставки див. у Додатку А).

За словами ініціаторів проєкту, виставка відображає повсякденне життя українських дітей. Навіть у зоні бойових дій діти залишаються дітьми. Незважаючи на війну, українські діти знаходять місце для розваг, ігор, відпочинку на природі та проведення часу один з одним.

Узагальнюючи, можемо констатувати, що українські фотографи є істинними творцями, які фіксують події новітньої історії, створюючи сучасну візуальну культуру важливу для історичної пам'яті. Багато українських митців-фотографів вже отримали світове визнання, але з початком повномасштабного вторгнення багато фотографів змінили фокус своєї діяльності, долучившись до документування злочинів війни та долі

людини у ній. Зроблені ними світлини привертають увагу усієї світової спільноти та обумовлюють організацію тематичних івентів, кожен з яких має окрему місію.

Висновки до розділу 1

Розгляд та аналіз наукових джерел, дозволив зробити уточнення дефініцій. Зокрема, визначено, що event – це те, що планується на певний період часу, у конкретному місці, з конкретною цільовою аудиторією та метою. Отже, елементами івенту є час, місце, цільова аудиторія та мета. Велику роль відіграє організація івентів в популяризації соціальних проєктів. Уточнено, що соціальний проєкт – науково обґрунтована модель конкретного вирішення соціальної проблеми, виражена в певній знаковій формі (системі документації), яка ґрунтується на соціальній інновації, сконструйованою ініціатором проєкту. Метою соціальної інновації є створення, модернізація або підтримання матеріальної чи духовної цінності в суспільстві, яка має просторово-часові та ресурсні межі та чий вплив на людей визнається позитивним з точки зору його суспільного значення.

Аналізуючи значення фотографій в історії людства в цілому, слід підкреслити, що швидкий та успішний технологічний прогрес дозволив використовувати фотографічні зображення як помічники пам'яті, сурогати прямого спостереження і навіть надійні дублікати важливих документів. Фотографії можуть дати уявлення про минуле життя, давні події та забуті місця. Вони можуть допомогти сформувати наше розуміння культури, історії та самотності людей, які в них фігурують.

Визначено, що з початком повномасштабного вторгнення значна частина українських фотографів змінила фокус своєї діяльності долучившись до документування злочинів війни та долі людини у ній. Нами виділено діяльність наступних ключових фотографів: Є. Малолетки,

Є. Лукацького, Костянтина та Влади Ліберових, М. Чернова, М. Дондюка та інших. Зроблені ними світлини привертають увагу усієї світової спільноти та обумовлюють організацію тематичних івентів, кожен з яких має окрему місію.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ ІВЕНТУ «ТРАВМА ВІЙНИ»

2.1. Фото-історії для репрезентації матеріалів

Концепція івенту передбачала презентацію плаката з метою реклами заходу та проведення фотовиставки. Метою івенту є демонстрація руйнівного впливу війни на особистість та основні підвалини її буття, показ протистояння українства у боротьбі з ворогом.

Завданнями проведення івенту є:

- привернення уваги української й зарубіжної спільноти до деструктивного впливу війни на особистість та усі можливі сфери її життєдіяльності;
- реалістичне відтворення руйнівного, згубного впливу війни на людство в цілому;
- утвердження ідеї незламності українства, його віри у перемогу над ворогом;
- возвеличення подвигу, самопожертви військових і цивільних людей під час війни;
- акцентування уваги на гуманістичній складовій українства як нації;
- ознайомлення з творчістю вітчизняних фотографів, репортажистів;
- творча рефлексія фотографів на події сучасності.

Сценарій івенту передбачав проведення рекламної презентації плаката та проведення фотовиставки, обмін враженнями, інтерв'ювання учасників заходу.

Нами вирішено провести івент у формі виставки фотографічних матеріалів воєнної тематики, яку можна поділити на різні напрями:

«Людина і війна», «Життя і смерть», «Гідність і самопожертва», «Жінка і війна», «Діти і війна» тощо.

Цей проєкт передбачає фотодокументування та візуалізацію наслідків впливу війни на особистість зокрема та суспільство цілому. В основі започаткованого нами проєкту лежать фотоматеріали й особисті історії військових і цивільних що постраждали від війни. У підібраних фотоматеріалах ми акцентуємо увагу не тільки на пережиті особистостями біль, страждання, а наголошуємо на наявності як у військових, так і цивільних надії та відновлення.

У межах підбору матеріалів до проєкту «Травма війни» нами поставлено такі завдання:

- Здійснити фотодокументування та запис історій цивільних і військових, які переживають травму війни.
- Створити й експонувати візуальний архів переживань особистості, постраждалої від війни.
- Сприяти просвіті й підвищенню обізнаності соціуму про реальні наслідки війни.
- Отримання від суспільства емоційного відгуку, рефлексії на події війни, мотивації соціуму до прояву емпатичних тенденцій до постраждалих від війни.

Для реалізації нашої концептуальної ідеї івенту «Травма війни» було підібрано фото-історії для репрезентації матеріалів за такими напрямками:

- руйнівний вплив війни на об'єкти місцевої архітектури;
- зображення, які фіксують намагання цивільних людей жити незважаючи на війну;
- моменти, що показують відтворення віри українства у перемогу над ворогом;
- зображення мужньої особистості (чоловіка, жінки) на тлі війни;

- показ українського буття у єдності й на перехресті двох вимірів
- військового й цивільного;
- відтворення кадрів евакуації мирного населення як краху мрій про щасливе життя в улюбленому місті й рідній домівці;
- руйнівний вплив війни на молоде життя;
- спогади за мирними українськими краєвидами;
- відтворення спогадів про мирне життя й втілення мрій про його продовження у найближчій перспективі;
- зображення милосердя, гуманізму українських людей, які проявляють емпатію навіть до тварин;
- акцентування уваги на подвижницькій діяльності українських воїнів, на їх здатності до самопожертви заради України.

Під час підбору фотоісторій для івенту ми керувалися важливістю їх донесення до громадськості задля формування у соціумі відповідної думки, толерантного ставлення до травмованих війною людей.

Обираючи фото для івенту, ми враховували специфіку цільової аудиторії заходу. До потенційних відвідувачів івенту ми віднесли усіх українців, хто цікавиться сьогоденням і кому не байдужим є вплив війни на життя людини. Також потенційними учасниками івенту є іноземці, які цікавляться українськими проблемами, які не байдужі до долі українства.

Загалом цільову аудиторію проєкту складають:

- громадськість, яка цікавиться соціальними питаннями та готова підтримувати благодійні ініціативи;
- волонтери та донори, які бажають підтримати проєкт фінансово або через волонтерську діяльність;
- мешканці та гості столиці України.

У соціальному плані до івенту могли долучитися: студенти; фотографи-аматори; науковці; дипломати; політики; туристи; військовослужбовці; представники органів місцевої влади та ін.

Визначаючи цільову аудиторію івенту, ми керувалися соціальними критеріями.

Було створено підбірку фотографій для проведення презентації плаката «Травма війни». Ця презентація відбулася 20 травня 2024 року у парку «Наталка» (м. Київ). Авторами робіт є Вінтоняк Дар'я (фотограф Дастрі), Oleh Arkhanhorodsky, Pasha Floresku.

Світлини зроблені у Києві та на лінії передової. Відібрані нами фото для проєкту можна подивитися у Додатку Б. Кожна фотографія має свою історію.



2.1. Приклад фото для плаката «Травма війни» (фото Pasha Floresku)

Під час роботи з визначенням фотоматеріалів для плакату «Травма війни», нами враховано різні тематичні напрями. Зокрема, фото, де було показано руйнівний вплив війни на цивільних і військових людей, передано їхній настрій, емоції в момент переживання спричинених війною потрясінь, візуалізовано їхню оптимістичну тотальність, тобто віру у краще, надію на перемогу й відновлення втраченого під час війни.

Отже, запропонована концепція івенту, дозволила чітко сформулювати його мету та завдання, визначити цільову аудиторію, час та місце проведення та сформулювати основні сценарні події.

2.2. Просування і реклама івенту

Для просування івенту було використано соціальні медіа, зокрема інстаграм. При виборі цієї соціальної мережі ми керувалися доступністю для більшості цільових аудиторій опублікованого там контенту, максимальною залученістю цільових аудиторій саме в цю соціальну мережу, зважаючи на привабливість опублікованого в ній контенту.

Для цього було використано профіль в мережі Інстаграм ініціатора проєкту. Профіль ведеться з 14 листопада 2023 року, має 350 підписників, які є цільовою аудиторією івенту. У цьому профілі заакумульовані портфоліо авторів багатьох фотографій, які були презентовані під час івенту, здійснювалась публікація окремих фотоматеріалів, які експонувалися під час івенту.

У цій соціальній мережі здійснювалась публікація окремих фотоматеріалів, які мали експонуватися під час івенту. Такий підхід дає змогу оцінити реакцію цільової аудиторії на фото, отримати швидкий зворотній зв'язок від цільової аудиторії, однодумців, залучити їх до співтворчості. (див. Додаток В)

Цільова аудиторія є своєрідними першими критиком для фотографів. Саме від глядацьких рефлексій ми відштовхувались під час побудови концепції івенту. Цільова аудиторія позитивно відреагувала на публікацію фотографій, вказувала, що їй було б цікаво відвідати анонсований захід.

Для популяризації івенту у соціальній мережі Інстаграм проведено наступні заходи:

- публікація авторських фото, частини з тих, що були подані під час івенту;
- публікація в історіях соціальної мережі оголошення про івент;
- створення й публікація відеозаписів до окремих фотоматеріалів;

- проведення прямого етеру для різних груп цільової аудиторії задля зацікавлення їх участю у заході.

Вважаємо, що саме соціальні мережі мають високу ефективність у популяризації івенту. Адже навіть по його завершенню можна провести опитування цільової аудиторії, встановлення оцінок авторським фото. У ході проведення опитування фоловери поставити оцінки «подобається» на всі запропоновані фотографії. У соціальній мережі Інстаграм було опубліковано відеоролик із запрошенням представників цільової аудиторії до участі в івенті.

Перед просуванням у соціальних медіа нами було визначено цільову аудиторію, аби алгоритми платформи цілковито донесли контент до зацікавлених користувачів. Алгоритм аналізує взаємодії користувача: підписки, коментарі, вподобайки, поширення, додавання до обраного, перегляди відео до кінця, створений контент, приховані профілі та звуки, відмітки «нецікаво» та контент, відмічений неприйнятним.

Для рекламування івенту також були виготовлені постер-плакати, афіші, буклети для популяризації заходу серед громадськості. На них було зазначено час, дату, місце проведення івенту. Також було опубліковано окремі із фотоматеріалів, які планувалося презентувати на івенті. У соціальній мережі Інстаграм було опубліковано відеоролик із запрошенням цільових аудиторій до участі в івенті.

У результаті популяризації івенту у соціальній мережі Інстаграм вдалося досягти охоплення потенційних цільових аудиторій, зокрема збільшити його на 1075% та відповідно збільшити кількість облікових засобів, що взаємодіяли на 300% (див. Додаток Г).

Для популяризації івенту також було поширено інформаційні матеріали через телеграм-канали. В інформаційному матеріалі було подано

дані про дату, місце, час проведення івенту, його тематичні напрями, форму й умови участі (анонс в телеграмі див. у Додатку Г).

Для рекламування івенту також були виготовлені постер-плакати, афіші, буклети для популяризації заходу серед громадськості. На них було зазначено час, дату, місце проведення івенту. Також було опубліковано окремі із фотоматеріалів, які будуть презентуватися на івенті.

Задля популяризації івенту «Травма війни» було підготовлено за допомогою штучного інтелекту макет афіші. Фоном зображення виступає поле бою. Основним акцентом зображення є розбита камера у формі серця (див. Додаток Д).

Для популяризації й рекламування івенту «Травма війни» було використано можливості соціальної мережі Інстаграм, де розміщене портфоліо ініціатора заходу та рекламні матеріали, телеграм-канал, афіші про проведення івенту. Це дало можливість охопити цільові аудиторії й мотивувати їх до відвідування івенту.

Отже просування івенту відбувалося на двох комунікативних платформах: у соціальній мережі Інстаграм і месенджері Телеграм. На кожній платформі були використані та задіяні свої методи просування, відповідно до алгоритмів і правил платформи. Реклама складалася з створення буклетів і постерів, які були розміщені на сторінках комунікативних платформ. Наприклад, анонси з популяризації в інстаграм переглянули 1500 осіб.

2.3. Організація та проведення івенту «Травма війни»

Для проведення івенту було обрано локацію – парк «Наталка», який знаходиться у багатонаселеному спальному районі міста Києва, на березі Дніпра. Датою проведення івенту було обрано 20 травня 2024 року. Івент було проведено у період з 16 до 21 години, в час, коли більшість мешканців

району повертаються дод дому, виходять гуляти в парк з дітьми або тваринами.

Відповідно до обраної нами концепції івенту, щоб уникнути ретравматизації людей, які вже мають якісь негативні спогади та травмуючи події через війну, та досягти поставленої мети, була проведена презентація плакату та фотовиставка з однойменною назвою «Травма війни».

Експозиція івенту налічувала 13 фотоісторій, які передивилися у визначений час близько 100 осіб, що, за нашими оцінками, є не поганим результатом. На усіх фотозображеннях є посилання на соціальну мережу Інстаграм через Qr-коди.

Як вже зазначалося вище, метою проведення івенту було висвітлення впливу війни на життя людей через мистецтво фотографії, підвищити обізнаність суспільства про реальні наслідки конфліктів та підтримати постраждалих через привернення уваги до їх історій.

Для реалізації івенту було використано такі методи:

- фотографування (проведення репортажних зйомок, фотосесій з постраждалими від війни для створення їхніх портретів та документування їхніх історій);
- інтерв'ювання та збір історій (запис історій постраждалих для доповнення фотографій текстовою інформацією);
- публікації та партнерство (співпраця з медіа та іншими організаціями для популяризації проекту та залучення більшої кількості підтримки).

Організація та проведення івенту «Травма війни» передбачала такі етапи:

- Розробка концепції івенту.
- Добір й оформлення фотографічних матеріалів.
- Розробка тематичних ліній івенту, добір матеріалів відповідно до кожної підтеми проекту.

- Доби́р й оформлення локації́ для проведення івенту.
- Визначення цільових аудиторій івенту.
- Розробка сценарного плану івенту.
- Просування івенту у соціальних медіа.
- Запрошення цільових аудиторій.
- Підготовка декорацій на локації, обраній для івенту.
- Проведення презентації плаката.
- Проведення фотовиставки.
- Рефлексія заходу. Обмін враженнями учасників івенту.

У межах підготовки івенту було оформлено фотографії та історії їх героїв у вигляді відповідної експозиції. Загальний вигляд локації і розміщення матеріалів можна подивитися у Додатку Е.



Рис. 2.3. Вигляд презентаційного плакату у парку «Наталка»
(фото автора)

У межах івенту проведено інтерв'ювання учасників (за їх бажанням), що дає змогу здійснити оцінку проведеному заходу, відстежити реакцію цільових аудиторій на проведений івент, оцінити досяжність мети

заходу. Під час інтерв'ювання учасникам було запропоновано відповісти на такі питання:

- чи вразив вас захід? чому?
- чим сподобалась виставка?

Більшість учасників відмітити, що фотоісторії їх вразили, проте сам захід дещо втомив (війна триває третій рік), тому в цілому оцінити позитивно його вони не можуть.

По завершенню івенту проведено мініопитування учасників у соціальній мережі Інстаграм задля вивчення реакції цільової спільноти на проведений захід. Цільовим аудиторіям потрібно було оцінити івент за такими критеріями, як: актуальність, раціональність проведення, загальне враження відповідно балами від 1 до 3, де 3 – високий рівень, 2 – середній, 1 - низький. В опитуванні взяли участь 80 осіб. На рис. 2.8 подано результати мініопитування.

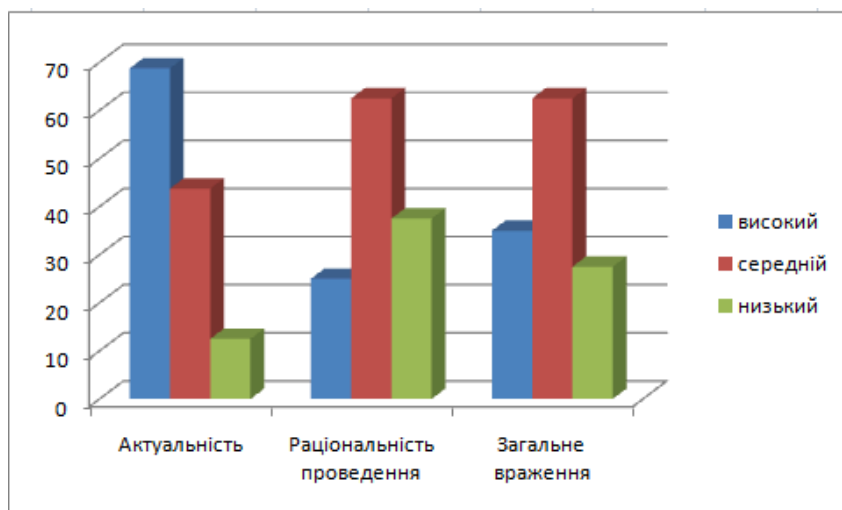


Рис. 2.4. Результати мініопитування цільових аудиторій за результати проведеного івенту, % (розробка автора).

На основі даних рис. 2.4 можна стверджувати, що більшість опитаних відмітили високий рівень актуальності проведеного івенту, проте водночас вказали на середній або ж низький рівень раціональності

організації й проведення івенту, що й вплинуло у підсумку на загальне враження від відвіданого заходу.

Експонована у межах івенту підбірка фотографій викликала зацікавлення у відвідувачів та відповідний емоційний відгук. Фотофакти огляду відвідувачами наших матеріалів під час івенту в парку «Наталка» можна подивитися у Додатку Є.

Отже, івент було проведено у парку «Наталка», долучитися до заходу мали можливість усі охочі. Презентовані на івенті фотоісторії знайшли емоційний відгук у відвідувачів заходу, проте сценарний план події не отримав схвальної оцінки, що й вплинуло на загальне враження про захід.

Висновки до розділу 2

У межах бакалаврського проєкту нами ухвалено рішення про підготовку та проведення івенту у формі соціального проєкту «Травма війни». Метою івенту є висвітлення впливу війни на життя людей через мистецтво фотографії, підвищити обізнаність суспільства про реальні наслідки конфліктів та підтримати постраждалих через привернення уваги до їх історій; демонстрація руйнівного впливу війни на особистість та основні підвалини її буття, показ протистояння українства у боротьбі з ворогом.

Тематичними лініями івенту є: «Людина і війна», «Життя і смерть», «Гідність і самопожертва», «Жінка і війна», «Діти і війна». Цільову аудиторію проєкту складають: громадськість, яка цікавиться соціальними питаннями та готова підтримувати благодійні ініціативи; волонтери та донори, які бажають підтримати проєкт фінансово або через волонтерську діяльність.

Для популяризації й рекламування івенту «Травма війни» було використано можливості соціальної мережі Інстаграм, де розміщене

портфолію ініціатора заходу та рекламні матеріали, телеграм-канал, афіші про проведення івенту.

Захід був проведений 20 травня 2024 року у парку «Наталка», що розташований на Оболонській набережній у м. Києві. Експозиція івенту налічувала 13 фотоісторій, які подивилися близько 100 осіб.

ВИСНОВКИ

У роботі було розглянуто особливості організації івентів для соціальних проєктів, проаналізовано філософію фотомистецтва та його значення для історичних подій, вивчено діяльність українських фотографів під час війни, здійснено організацію івенту соціального фотопроєкту «Травма війни».

Проведене дослідження є підставою для формулювання таких висновків:

- Івент – це те, що планується на певний період часу, у конкретному місці, з конкретною цільовою аудиторією та метою. Велику роль відіграє організація івентів в популяризації соціальних проєктів.
- Соціальний проєкт – науково обґрунтована модель конкретного вирішення соціальної проблеми, виражена в певній знаковій формі (системі документації); соціальна інновація, сконструйована ініціатором проєкту, метою якої є створення, модернізація або підтримання в навколишньому середовищі матеріальної чи духовної цінності, яка має просторово-часові та ресурсні межі та чий вплив на людей визнається позитивним з точки зору його суспільного значення.
- Швидкий та успішний технологічний прогрес дозволив використовувати фотографічні зображення як помічники пам'яті, сурогати прямого спостереження і навіть надійні дублікати важливих документів. Фотографії можуть дати уявлення про минуле життя, давні події та забуті місця. Вони можуть допомогти сформувати наше розуміння культури, історії та самобутності людей, які в них фігурують.

- З початком повномасштабного вторгнення значна частина українських фотографів змінила фокус своєї діяльності долучившись до документування злочинів війни та долі людини у ній. Зроблені ними світлини привертають увагу усієї світової спільноти та обумовлюють організацію тематичних івентів, кожен з яких має окрему місію. Багато українських фотографів стали відомими та отримали престижні професійні премії за свою роботу. Водночас, їх діяльність привертає увагу міжнародної спільноти до подій в Україні, дякуючи івентам, які вони організують на різних майданчиках.
- У в рамках дипломного проєкту було підготовлено та проведено івент у формі соціального проєкту «Травма війни». Було визначено мету, сформовано концепцію, розроблено сценарний план та актуалізована цільова аудиторія.
- Метою івенту стало висвітлення впливу війни на життя людей через мистецтво фотографії; демонстрація руйнівного впливу війни на особистість та основні підвалини її буття, показ протистояння українства у боротьбі з ворогом. Визначені основні тематичні лінії івенту, зокрема: «Людина і війна», «Життя і смерть», «Гідність і самопожертва», «Жінка і війна», «Діти і війна».
- Цільовою аудиторією проєкту визначені: громадськість, яка цікавиться соціальними питаннями та готова підтримувати благодійні ініціативи; волонтери та донори, які бажають підтримати проєкт фінансово або через волонтерську діяльність; мешканці та гості столиці.
- Для популяризації й рекламування івенту «Травма війни» було використано можливості соціальної мережі Інстаграм, де розміщене портфоліо ініціатора заходу та рекламні матеріали, телеграм-канал, афіші про проведення івенту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балаклицький М. А. Зображальна журналістика: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». - 2019. - 81с.
2. Буріменко Ю. І., Галан Л. В., Лебедева І. Ю., Щуровська А. Ю. Управління проектами. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова. - 2017.
3. Паньків Н. Іміджологія та PR в туризмі. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка. - 2017.
4. Пархоменко І.І. Британська наукова традиція вивчення івент-менеджменту: основні поняття (Г. Боудін Х. Пієлічаті, Дж. Елз). Вісник київського національного університету культури і мистецтв. Серія «менеджмент соціокультурної діяльності». - 2018. - Вип. 2. С. 63-76.
5. Пол Дж. Філдінг. Як керувати проектами. К., - 2020. 240 с.
6. Портер М. Конкурентна перевага. К., - 2019. - 624 с.
7. Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, - 2020 р., К., 2020., Т.ІІІ. - С. 86-95.
8. Іващук А.А. Жанрові трансформації фотожурналістики. Модернізація та наукові дослідження: інтеграція науки та практики. Херсон: Видавництво «Молодий вчений», - 2020. - С. 68-71.
9. Іващук А.А. Реклама на соціальну тематику як світовий тренд брендів Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. - 2020 р. К., 2020. Т.ІІІ. - С. 86-95.

10. Майєвська М.М. Емоційна мова та її інструменти як ефективні рушії переконання в соціальній рекламі. Модернізація та наукові дослідження: інтеграція науки та практики. Матеріали II науково-практичної конференції (м. Вінниця, 24-25 липня 2020 р.). Херсон: Видавництво «Молодий вчений». - 2020. - С. 71-76.
11. Лашкіна М.Г. Соціальні мережі та блогосфера як інструмент політики в Україні / М. Лашкіна // Інформаційне суспільство в Україні: стан, проблеми, перспективи: Матеріали щорічної науково-практичної конференції за міжнародною участю „Дні інформаційного суспільства -2015”, Київ, 19-20 травня 2015 р. / Упоряд. : М.Малюга; За заг. ред. д.держ.упр., проф. Н.В.Грицяк. Видавництво „Тезис”. - 2015. - С. 42-43.
12. Горова В., Моторна І. PR-комунікація як механізм реалізації соціальних проєктів: Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (20 квітня 2023 р., м. Київ) / Факультет міжнародних відносин Національний авіаційний університет; за заг. ред. Ю. О. Волошина. Київ: Національний авіаційний університет. - 2023. - С. 257–260.
13. Горова В., Мошківська А. В. Створення SMM-стратегії для культурного проєкту в соціальній мережі «Інстаграм»: Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (20 квітня 2023 р., м. Київ) / Факультет міжнародних відносин Національний авіаційний університет; за заг. ред. Ю. О. Волошина. Київ: Національний авіаційний університет. - 2023. - С. 261–265.
14. Bladen C. The service semiotics of luxury events: an exploration for future research and events management industry practice. Research in hospitality management. - 2021. Vol. 11. Issue 1. - Pp. 53-57.

15. Martin Pegler, Excellence in Exhibit & Event Design, HarperCollins USA. - 2019. - 435 p.
16. The Art of Gathering: How We Meet and Why It Matters Paperback – April 14, 2020 – 320 p.
17. The Non-Obvious Guide to Event Planning (For Kick-Ass Gatherings that Inspire People) (Non-Obvious Guides) Paperback – January 31, 2019 by Andrea Driessen – 123 p.

Електронні ресурси

18. Горлач П. Мистецтво давати раду війні: у Німеччині 5 українських фотографів представляють особисті реакції на війну. URL: <http://surl.li/qrnuf> (дата звернення 02.04.2023)
19. Дергачова Г.М. Івент-менеджмент. URL: <http://surl.li/txoza> - 2022. - 97с. (дата звернення 05.11.2023)
20. Дорош Д. Соціальний проект як елемент реалізації корпоративної соціальної відповідальності. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/3157> (дата звернення 17. 02. 2024)
21. Зеліч В.В Використання PR-технологій як інструменту маркетингових комунікацій у просуванні компанії // Серія: Економіка та підприємництво. - 2022 р., № 1 (124). URL: <https://bit.ly/3wskwzb> (дата звернення 13. 10. 2023)
22. Показали людей у війні та їхні долі. У Чернівцях відкрили фотовиставку румунських журналістів. URL: <https://suspilne.media/595753-pokazali-ludej-u-vijni-ta-ihni-doli-u-cernivcah-vidkrili-fotovistavku-rumunskih-zurnalistiv/> (дата звернення 17. 10. 2023)
23. У Парижі відкрилася фотовиставка, що фіксує життя українських дітей під час війни. URL: <http://surl.li/txoyq> (дата звернення 23. 11. 2023)

24. Українські фотографи, про яких говорять у світі. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/ukrayinski-fotografy-pro-yakyh-govor-yat-u-sviti.html> (дата звернення 02. 09. 2023)
25. Філософія фотографії від Юрія Косіна. URL: <https://knukim.edu.ua/filosofiya-fotografiyi-vid-yuriya-kosina/> (дата звернення 17. 05. 2023)
26. 8 фотографів, які знімають війну в Україні. URL: <https://bzh.life/ua/lyudi/1685974573-8-fotografiv-ki-znimayut-viynu-ukrayini/> (дата звернення 28. 01. 2024)
27. Philosophy of Photography and Art. URL: <https://www.b4uc.tv/philosophy-of-photography.html> (дата звернення 21. 11. 2023)
28. Roland Barthes: A Philosophy of Photography. URL: <https://www.thecollector.com/roland-barthes-philosophy-of-photography/>
29. Camera Lucida: Reflections on Photography. URL: <http://surl.li/txpch> (дата звернення 18. 12. 2023)
30. Why Public Relations Should Play a Role in Your Social Media Marketing. URL: <https://csic.georgetown.edu/magazine/public-relations-play-role-social-media-marketing> (дата звернення 28. 01. 2024)
31. Альона Перепелиця Особливості портретної зйомки URL: <https://aperepelitsa.com.ua/ua/photoshoot/portrait/> (дата звернення 16. 03. 2024)
32. Види реклами в інтернеті та особисті кожного з них <https://ag.marketing/blog/vidy-reklamy-v-interneti/> (дата звернення 09. 12. 2009)
33. Художник з камерою. Поради щодо портретної фотографії для початківців <https://nv.ua/ukr/techno/gadgets/khudozhnik-z-kameroju-poradi-po-portre>

- [tnoji-fotohrafiji-dlja-pochatktivsiv-2484752.html](https://prohr.rabota.ua/top-5-trendiv-2021-roku-yaki-zminili-ivent-industriyu/). (дата звернення 30. 07. 2018)
34. Топ-5 трендів 2021 року, які змінили івент-індустрію <https://prohr.rabota.ua/top-5-trendiv-2021-roku-yaki-zminili-ivent-industriyu/>. (дата звернення 26. 05. 2021)
35. Тащишин І. Б. Правові аспекти врегулювання соціальної реклами в Україні. Форум права. - 2010. - 421 - 426с. URL: ejournals/FP/2010-3/10tibru.pdf. (дата звернення 07.02.2024)
36. Портретна зйомка: від творчих автопортретів до ефектних групових фотографій <https://www.canon.ua/get-inspired/stories/portrait-photography/>. (дата звернення 19. 10. 2023)
37. EXO. Інформаційний портал. URL: <https://exo.in.ua/> (дата звернення 02.05.2024)
38. Художник з камерою. Поради щодо портретної фотографії для початківців <https://nv.ua/ukr/techno/gadgets/khudozhnik-z-kameroju-poradi-po-portretnoji-fotohrafiji-dlja-pochatktivsiv-2484752.html>. (дата звернення 30. 07. 2023)
39. FORBES. Офіційний сайт. URL: <https://forbes.ua/news/auditoriya-tiktok-v-ukraini-ne-menshe-94-mln-koristuvachiv-kantar-ukraine-25042024-20788> (дата звернення 02.05.2024)
40. Ogilvi D. Ogilvy on advertising. New York: Vinatage Books, 1985. 437 p. URL: https://www.academia.edu/34876497/Ogilvy_on_Advertising (дата звернення 12.02.2024)

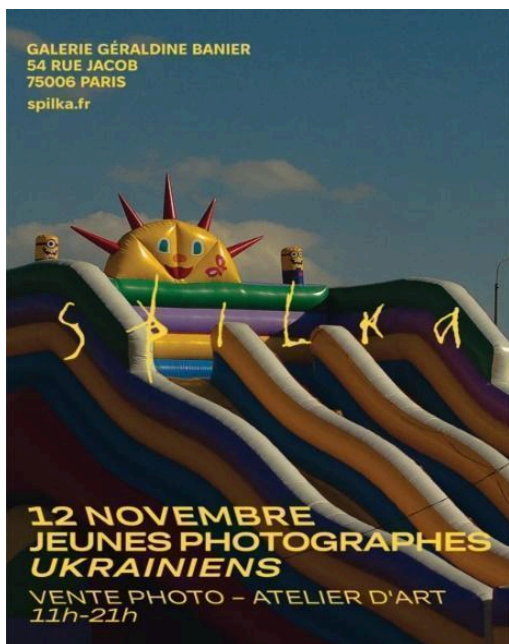
ДОДАТКИ

Додаток А

Рекламні постери до виставок



Виставка «Мистецтво давати раду війні – українська фотографія» [18]



Виставка «LensofInnocence»[23]

Додаток Б

Фотоісторії для проекту «Травма війни» (розробка автора)



Автор: Oleh Arkhanhorodsky

Неопізнаний №49

У невеликому звільненому селі Гроза в 35 кілометрах від лінії фронту, де до вторгнення проживало 330 людей, а до удару лишилося близько 100, ракетою "Іскандер" було вбито майже всіх, хто зібрався на поминки в кафе. Знадобилося багато часу, щоб ідентифікувати рештки тіл. Зрештою, було встановлено, що загинуло 59 осіб. Поміж інших – 8-річного хлопчика та родину загиблого військового, якого поминали. Всі вони були цивільними.



Автор: Oleh Arkhanhorodsky

Руна – 25-річна головна сержантка зенітно-артилерійського взводу Маріупольської мотопіхотної бригади. Колись давно вона вчилася на флориста, але вже кілька років захищає Україну від ворога. На зворотному шляху з вогневої позиції один із її солдатів подарував Руні троянду.



Автор: Oleh Arkhanhorodsky

У ніч на 3 листопада 2023 російські війська запустили іранські дрони-камікадзе по Харкову, уламки одного з безпілотників впали на приватний будинок і волонтерське СТО в історичному районі міста. Пожежники борються з полум'ям. Наступного дня люди розпочали збір коштів, щоб допомогти власнику СТО відновити роботу.



Автор: Oleh Arkhanhorodsky

Вранці 6 жовтня 2023 року мешканці центру Харкова прокинулися від чергового вибуху та дзвону скла. Важкий російська ракета "Іскандер" влучила у перехрестя вузьких старих вуличок, які складаються переважно з житлових будинків. На щастя, ракета влучила в асфальт, тож загиблих не було. Та постраждало понад 10 осіб.

Вигоріло кілька припаркованих автівок, а вибуховою хвилею вибило вікна в усіх будинках не тільки на самому перехресті, а й на всіх прилеглих до нього вулицях.



Автор: Oleh Arkhanhorodsky

Поранений — не є загиблим

Дедалі частіше людей евакуюють по одному, бо двоє людей стають мішенню для дрона. Вдень — майже ніколи. Перший ланка — дістатися до точки скиду, де немає прямого контакту зі стрілецькою зброєю, а далі — по-різному: хтось їде на квадроциклах, щоб швидше, хтось — на пікапах, хтось — на позашляховиках, переобладнаних в багі, броня дедалі рідше, бо повільна. Третя ланка — це щось на кшталт "швидкої", тут це "Хаммер". Години й дні проводяться на чергуванні в очікуванні роботи.

Коли ми поверталися з позиції евакуаційної групи, Льоша з прес-служби бригади села про хлопців на квадроциклах:

- "Їхній одяг, напевно, взагалі не висихає. Вони просто витирають окуляри і їдуть далі. На сушку нема часу, адже висить величезна відповідальність, вагою з чиесь життя.



Автор: Oleh Arkhanhorodsky

Покровськ — одне з трьох великих міст, на неокупованій частині Донеччини. Тут військові зустрічаються з родинами та прощаються на місяці. З вокзалу міста відбувається евакуація в більш мирні регіони країни.



Автор: Oleh Arkhanhorodsky

6 червня 2023 року стався внутрішній вибух греблі окупованої Каховської ГЕС, нижньої ланки Дніпровського каскаду гідроелектростанцій. Каховська ГЕС перебувала під окупацією з 24 лютого 2022 року і була замінована росіянами. Вибух спричинив техногенну катастрофу. Глиняні будинки, яких у селах уздовж Дніпра більш ніж достатньо, постраждали від повені найсильніше. Їх змило. Розквасило. Вода вже зійшла, але не сама. Толя – 10-річний хлопчик з Білозерки, що за 7 кілометрів нижче за течією від Херсона. Його будинок був побудований у 70-х роках. І тепер Толік допомагає трактористу розбирати свій дім.



Автор: Pasha Floresku

Медики – герої війни, які щоденно рятують життя на передовій і в тилу. Вони борються за кожне життя, залишаючись вірними своїй клятві навіть за найтяжчих обставин. Їхня самовідданість і мужність заслуговують на глибоку повагу і вдячність.



Автор: Pasha Floresku

Очі – відображення душі людини. В них можна побачити все: радість і біль, надії і страхи, відвагу і втому. У очах кожного військового – історії, які ніколи не будуть розказані словами, але залишаться назавжди в серцях тих, хто їх бачив. Очі говорять більше, ніж будь-які слова, віддзеркалюючи непохитну віру в краще майбутнє і незламність людської душі навіть у найтемніші часи.



Автор: Дяр'я Вінтоняк

Зруйновані будинки – мовчазні свідки війни, яка розділила життя на «до» і «після». Їх стіни бачили радість і сміх, але тепер вони стоять у тиші, покриті пилом та руїнами.

Життя, яке колись вирувало в цих стінах, тепер нагадує про себе лише у спогадах. Кожен зруйнований будинок – це зламані долі, втрачений спокій і надії на майбутнє. Однак, зруйновані будинки можна відбудувати, а життя – відновити. Це вимагатиме часу і зусиль, але в кожному з нас живе віра, що наші міста знову засяють, і знову в стінах звучатиме сміх, музика і радість.



Автор: Дяр'я Вінтоняк

Діти війни - ніколи не забудуть, ніколи не пробачать. Вони кожного дня живуть думками про пережиту окупацію, хвилюваннями за батьків що на фронті, боязню гучних звуків. Вони ще не усвідомлюють масштабу впливу війни на їх психіку і саме тому вони найбільше потребують підтримки.



Автор: Дяр'я Вінтоняк

«За два роки війни я почала відчувати - буде обстріл, чи ні... З'являється якась тривога. Таке відчуття неможливо пояснити, воно просто з'являється і тоді я точно знаю - час бігти в укриття», - 13-го грудня 2023 року, в одному з укриттів Києва, мені випала нагода познайомитись з Анною - неймовірно оптимістичною дівчиною, з дуже глибокою історією.

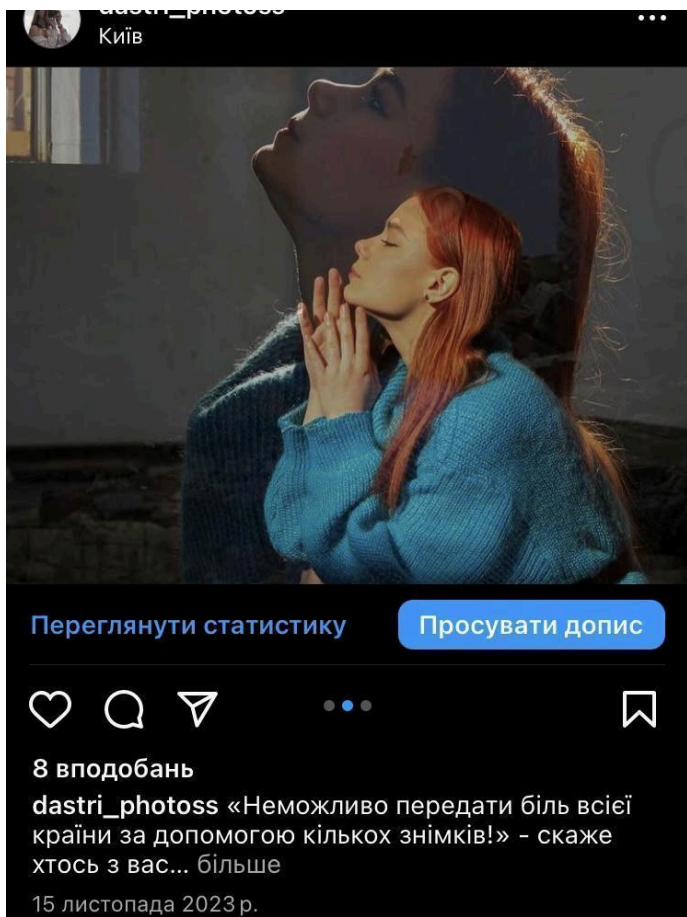


Автор: Дяр'я Вінтоняк

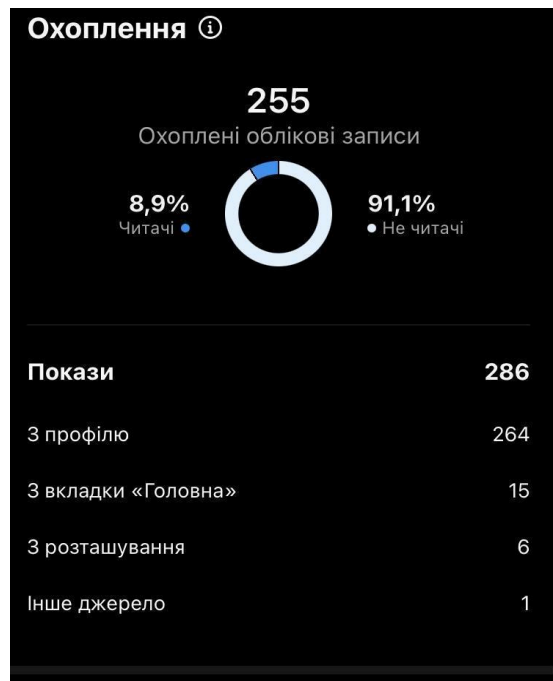
« Я вже звикла прощатися з людьми, як би це сумно не звучало, я вже навіть не плачу на похоронах... Але, Фермере, брате... прошу, скажи, що це таких невдалий розіграш і ми скоро знову будемо стояти пліч-о-пліч в строю. Я досі не вірю, що тебе немає», - автор фото.

Додаток В

Публікації матеріалів у соцмережі Інстаграм (фото автора)

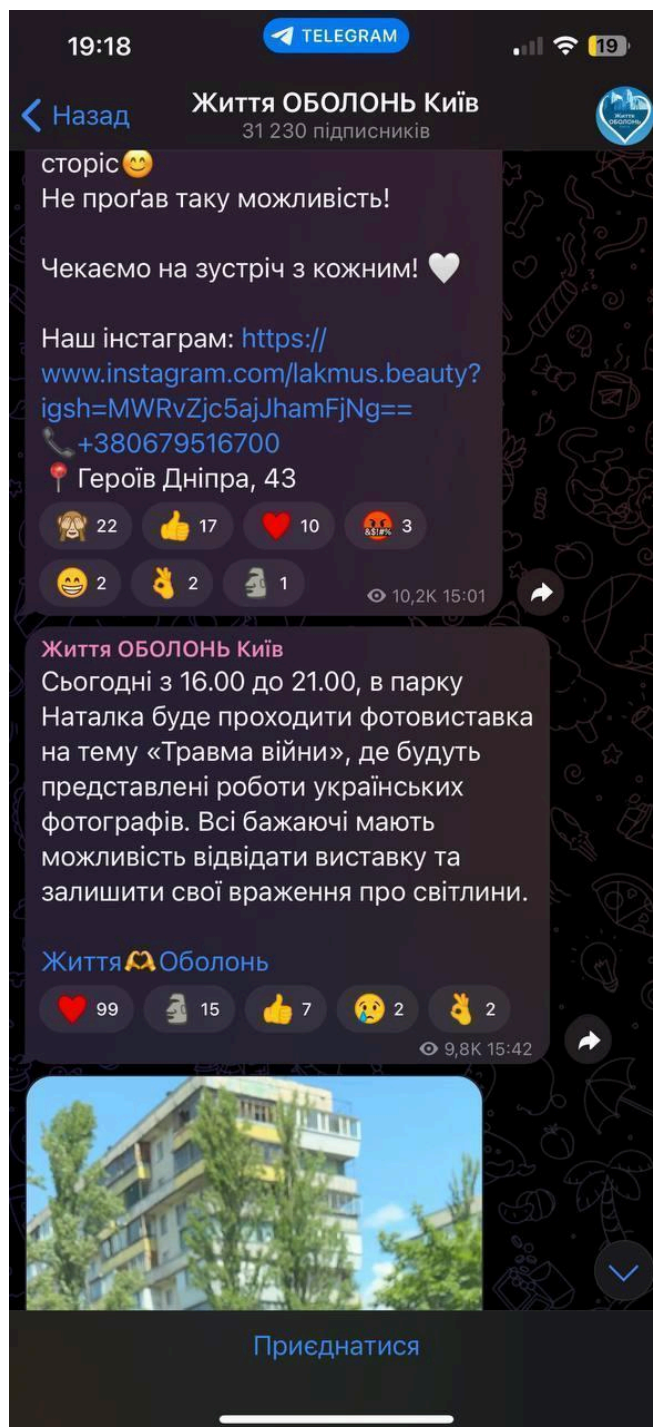


Додаток Г
Охоплення цільових аудиторій Інстаграму
(фото автора)



Додаток Г

Популяризація івенту «Травма війни» у телеграм-каналі
(фото автора)



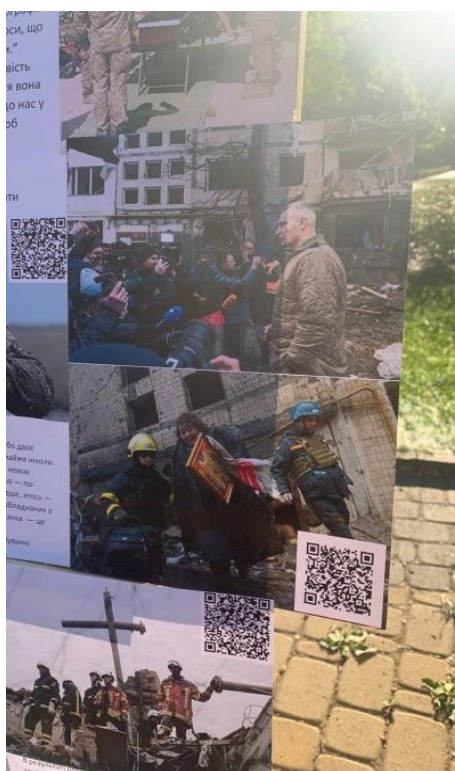
Додаток Д

Макет афіші до івенту «Травма війни» (розроблено за допомогою штучного інтелекту «чат GPT»)



Додаток Е

Загальний вигляд локації і розміщення матеріалів
(фото автора)



Додаток Є

Фотофакти огляду відвідувачами наших матеріалів під час івенту в парку «Наталка» (фото автора)

