

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

РОЗРОБКА ЖУРНАЛУ ПРО ФОТОГРАФІЮ «ПОРТФОЛІО»

Виконавець: Сиволодська Дарина Юріївна \_\_\_\_\_

Керівник: канд. пед. наук, доц. \_\_\_\_\_

Остапчук Світлана Сергіївна \_\_\_\_\_

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц. \_\_\_\_\_

Остапчук Світлана Сергіївна \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ФОТОГРАФІЯ ЯК НОВИЙ ВИД ІНФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬСТВА.....	6
1.1. Історія розвитку фотографії у засобах масової інформації: вітчизняний досвід.....	6
1.2. Жанри фотографії та її використання в друкованих медіа.....	13
1.3. Особливості журналів про фотографію та перспективи їх розвитку.....	20
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ: СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО ЖУРНАЛУ ПРО ФОТОГРАФІЮ «ПОРТФОЛІО».....	27
2.1. Концепція створення журналу про фотографію «Портфоліо».....	27
2.2. Цільова аудиторія та художньо-технічні характеристики видання.....	32
2.3. Методи просування журналу на медіаринку України.....	35
Висновки до розділу 2.....	38
ВИСНОВКИ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** У сучасному світі фотографія стала одним з основних інструментів комунікації. У часи стрімкого розвитку цифрових та електронних системи фотографію знецінюють. Це наслідки того, що зображення сьогодні легкодоступні, а мережа Інтернет має їх у незліченній кількості. Суспільство не сприймає фотографію як творчість та культурне надбання, не віддає належної уваги митцям фотосправи. Байдужість до історичних засад явища фотографії, її творення та розвитку поступово відтісняє її з обрії мистецтва. Сьогодні вона стала допоміжним інструментом спілкування більшості користувачів, які не замислюються над тим, як було створено знімок, хто за цим стоїть і який сенс туди вкладено. Сучасний соціум звик до швидкого поглинання контенту без аналізу та роздумів.

Це призводить до поступового відходу з ринку друкованих видань. Мобільність та оперативність стали основними засадами журналістської діяльності. У той час, коли людство прагне до максимально швидкого способу отримання інформації, як текстової, так і візуальної, їх знання стають поверхневими та узагальненими. Знецінення інформації та її зображального супроводу призводить до нескінченного інформаційного потоку в Інтернеті, його спрощення. Суспільство не бажає витратити час на пошуки фактів, тому усе частіше віддає перевагу фотографіям, які можуть стати основою для висновків.

Зображення у системі масових комунікацій часто мають вирішальну роль. Сьогодні немає текстових матеріалів без візуального супроводу. Це спричинено глобалізацією інформаційного простору. Фотографія часто є самостійним елементом, який не потребує додаткових пояснень. Вона звертає увагу аудиторії на себе швидше за текстове наповнення, полегшує сприйняття матеріалу, збільшує рівень довіри, спонукає до аналізу та роздумів. Проте суспільство продовжує розцінювати фотографію лише як естетичний засіб, незважаючи на її

часто документальне та соціально значуще відтворення дійсності. Суть фотографії часто залежить від її автора, від того як фотограф чи кореспондент бачить подію, яку композицію він обирає, у яку мить фіксує кадр. За допомогою цих чинників та візуального ряду в уяві читача відтворюється подія. Фотографії зроблені в одному й тому ж місці, проте авторами різних видань, можуть суттєво відрізнитися. Кадри створюються для того, щоб вивести читача на потрібну емоцію щодо події, яка відбулася.

Теоретично-методологічна база роботи складається з робіт та досліджень на цю тему представників власне фотомистецтва та журналістики. Основні питання дослідження фотографії розглянуто в наукових працях Н. Зикун [2], В. Осадчого [9], В. Пилип'юка [10] та інших.

Специфіка фотожурналістики розглянута у працях дослідників С. Горевалова [3], М. Максимовича [6], О. Середи [13] та інших.

**Мета дослідження** – розкриття особливостей висвітлення та використання фотографії у медіа; розробка концепції і створення журналу про фотографію «Портфоліо».

Визначена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Проаналізувати історичні засади використання фотографії у періодичних виданнях.
2. Визначити роль та важливість використання фотографії в ЗМІ.
3. Схарактеризувати жанрову специфіку фотографії та основні принципи її розміщення на шпальтах періодичних видань.
4. Обґрунтувати затребуваність журналів про фотографію на ринку періодики.
5. Розробити журнал про фотографію «Портфоліо».

**Об'єктом дослідження** є журнали про фотографію на українському споживчому ринку.

**Предметом дослідження** є технологія створення й успішного просування журналу про фотографію.

**Методи дослідження:**

– метод термінологічного аналізу допоміг визначити окремі терміни

- дослідження;
- історичний – був використаний для дослідження історії розвитку явища фотографії;
  - контент-аналіз – допоміг схарактеризувати особливості журналів про фотографію;
  - метод спостереження – допоміг створити концепцію журналу про фотографію.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в розкритті інструментів створення журналів про фотографію та в обґрунтуванні механізмів удосконалення діяльності в цьому напрямку на прикладі розробки журналу про фотографію «Портфоліо».

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у тому, що матеріали дослідження можуть бути використані для створення видань на схожу тематику, студентами під час створення бакалаврських проєктів задля ефективного розміщення в них фотоілюстрацій та викладачами для підготовки матеріалів щодо розуміння фотографії як самостійного елемента в журналах.

**Апробація результатів дослідження.** Зміст і результати дослідження висвітлювалися на Восьмій всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій» (Київ, 2022).

**Публікації.** Основні положення дипломної роботи було викладено у публікаціях:

Сиволодська Д. Фотографія як інструмент маніпуляції у ЗМІ. Актуальні проблеми соціальних комунікацій: матеріали Восьмій всеукраїнської студентської наукової конференції. Київ: НАУ, Факультет міжнародних відносин, кафедра журналістики, кафедра реклами і зв'язків з громадськістю 2022. Подано до друку.

**Структура й обсяг дипломної роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків та списку використаних джерел ( 33 джерела). Загальний обсяг роботи становить 46 сторінок, основний текст викладено на 40 сторінках.

## РОЗДІЛ 1

### ФОТОГРАФІЯ ЯК НОВИЙ ВИД ІНФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬСТВА

#### **1.1. Історія розвитку фотографії у засобах масової інформації: вітчизняний досвід**

Українська культура та мистецтво завжди намагалися розвиватися у ногу із часом, хоча часто на їх шляху були перешкоди. Наприклад, недостатній технічний розвиток у порівнянні із Заходом, цензура та політичні упередження. Проте кожен з етапів розвитку мистецтва мав вплив на суспільство та його світогляд, намагався підлаштуватися під тогочасні умови існування. Так і фотографія впродовж своєї історії була важливою складовою соціальної та культурної спадщини. Українському народові довелося довго заявляти світові про себе. Культура та мистецтво були засобом утвердження національної свідомості. Фотографія теж брала і бере участь у цьому процесі [10, с. 169]. Її поява започаткувала новий рівень журналістської творчості та задовольнила суспільство зображальним супроводом.

Розвиток фотомистецтва на теренах сучасної України розпочався в рік винаходів Ж. М. Дагера та Ф. Талбота. Так, у додатку до «Газети Львівської» у 1839 р. вийшла серія публікацій з описом методу дагеротипії та технічним описом креслень [9, с. 82]. Професор анатомії Львівського університету зробив досліди із друком відбитків із дагеротипів, а наступного року описав свій знімок у «Віденській газеті» та видав окрему брошуру у Відні. Україна швидко переймала досвід як дагеротипу, так і згодом калотипії. Проте публікувати зображення у пресі довгий час було складно, тому що фотографію здебільшого гравіювали. Через це її використання у виданнях було проблематичним. Особливість перших фотографій полягає в тому, що поняття «побутова фотографія» було взагалі відсутнє в середині XIX ст. На початку XX ст. Кожна фотографія створювалась як мистецький твір. Це пояснювалось тим, що, по-

перше, фотографії коштували дорого, і це дозволяло ставитись до світлин так само, як і до картин [18].

На початку свого становлення явище фотографії було не документальним, а скоріше експериментальним. Знімки були не якісні, не чіткі, проте удосконалювалися впродовж десятиліть. До 1850-го року фотографія не була наділена ні інформативністю, ні свободою світлових рішень і знахідок, тобто жодною з тих особливостей, які нині теорія вважає визначальними для фотографії [2, с. 57]. Із середини 19 ст. фотографія в Україні починає стрімко розвиватися: з'являються перші місцеві фотографи, фотоательє, спеціалізовані крамнички, створюють фотовиставки, проводять фотокурси. Цей процес спонукав фотомитців об'єднуватися і формувати стандарти фотомистецтва, популяризувати його. Діяльність фотомитців наприкінці ХІХ ст. сприяла створенню фотоорганізацій як відділів при філіях Імператорського Російського Технічного Товариства в Харкові (1891), Одесі (1897) та Києві (1899), а також товариства «Аматорів фотографії» мистецького і наукового характеру в Одесі, Харкові (1891), Сімферополі (1896), Єлисаветграді (нині – Кропивницький) (1901) [2, с. 58]. Прийшло розуміння того, що фотографія має слугувати і як естетична складова, а не лише як спосіб запису. У цей період розвивається фототехніка, з'являються перші фотоапарати, плівка, а інтерес до фотографії спонукає до видання спеціальної літератури – починає з'являтися фотоперіодика. У Львові видавалися часописи: «Фотографічний перегляд» (1895), «Фотографічна хроніка» (1898–1899), «Фотографічні відомості» (1903–1906), «Фотографічний місячник» (1908–1911, 1925–1931), «Польська камера» (1932–1933) [20].

Вже у 1894-му з'являються перші знімки в українських газетах – це стало умовним початком фотожурналістики на наших землях. Від 1895-го року у Львові починають видавати перший фотожурнал, а у 1914-му на Західній Україні була заснована «Пресова квартира українських Січових Стрільців». У кожній сотні був фотограф. У 1917-му заснована «Світлописна Українського Січового Війська» [28].

У травні 1933 р. Українське фотографічне товариство почало видавати журнал «Світло й Тінь» — перший український фаховий часопис для фотолюбителів [13, с. 528]. Журнал містив огляди виставок, польських, німецьких фотожурналів, теоретичні матеріали про роль фотографії у суспільстві, інформацію про зарубіжних фотомайстрів, репрезентував твори аматорів [20]. «Власне фотографічний журнал давав змогу не тільки пропагувати нашу роботу й наше слово, але за умов жорстокого гноблення нації, культури, заявляти про Україну на весь світ, намагатися залишити прийдешнім поколінням зразки нашого мистецького поступу, нашого змагання за суто українське фотографічне мистецтво», — говорив про журнал Степан Васильович Щурат, який був одним із його засновників [12, с. 6]. «Світло й тінь» перестав виходити у 1939-му році. Останнім номером став сьомий.

Оскільки розвиток фотографії багато в чому визначався суспільними потребами, виникнення газетної індустрії зробило популярними репортажні знімки, прискорило виокремлення, крім побутових фото, документальних, наукових, художніх [2, с. 58]. Проте після проголошення СРСР суто українська фотографія перестала існувати. Вона була під жорсткою цензурою, як уся культура і творчість. Фотомистецтво стало контрольованим та «правильним», а знімки у переважній більшості були постановочними та працювали на Союз та його репутацію. Здавалося, що тоді проблем і не було. Уся система творчості була ідеологізована, висвітлювалися лише позитивні сторони життя. Навіть якщо навкруги було горе, ідеальна картинка створювалася штучно. Це було тогочасним методом виживання народу серед болю та бідності. Усе навколо ставало політизованим та нормованим.

З 1923-го року з'являється радянський ілюстрований журнал «Огонёк», щодо якого у 1958 р. ЦК КПРС ухвалив Постанову «Про серйозні недоліки в змісті журналу «Огонёк»». Згідно з Постановою головним завданням редакції і журналу було всебічне висвітлення життя СРСР і важливих міжнародних подій, всі матеріали мали бути політично гострими, пафосними [11, с. 647]. Державне видавництво України у Харкові у 1924 році випускало двотижневий



ілюстрований науково-популярний журнал «Знання». Свої завдання його редакція визначала так: «Найкращий багато ілюстрований журнал, який обслуговує робітничо-селянські маси й дає у зрозумілій для них формі найрізноманітніші знання з різних галузей науки й життя» [8, с. 40].

Журнал «Советское фото» довгий час був чи не єдиним спеціалізованим журналом про фотографію в СРСР. Перший його випуск датується 1926 роком. «Радянське фото» допомагав митцям того часу знаходити нові творчі рішення, розповідав про явище фотографії та її жанри, мав теоретичні факти. У ньому були і матеріали про методи та правила зйомки, що допомогло розвиватися фотокореспондентам. На сторінках «Советского фото» публікували фотографії радянських митців, журнал допомагав знаходити імена нових фотографів, завдяки чому вони ставали відомими (Рис. 1.1.).



Рис. 1.1. Сторінки журналу «Советское фото»

У міжвоєнний період 20 ст. фотомистецтво в Україні користується попитом, збільшується потреба у навчальній літературі цього спрямування. Того ж часу формуються фотогуртки, які функціонують до Другої світової. Представники таких організацій влаштовують фотовиставки в Україні та за її Межами, за що радянська влада розпочинала рекрутування для преси. У період існування фотогуртків на ринку публіцистики з'являються журнали про фотографію: «Фото-Кіно», «Фотожурнал» (1924), «Фото для всіх» (1928–1930). Фотографія продовжувала розвиватися паралельно із журналістикою. Знімки допомагали більш детально розкрити важливі події культури, політики, економіки, науки та техніки.

Того ж часу у радянському публіцистичному просторі з'являється ілюстрований журнал «СРСР на будівництві». Видавництво журналу тривало з 1930-го до 1941-го року, а також 1949-го. Він був одним із інструментів міжнародних відносин – основною аудиторією були іноземці. Метою журналу був показ масштабів будівництва у СРСР для його позитивної оцінки в інтелектуальних колах Заходу. У перших випусках були знімки присвячені індустріалізації, далі – темам повсякденного життя, мистецтву та спорту, етнічним питанням. Проте політика залишалася основою журналу, який мав яскравий пропагандистський зміст. «СРСР на будівництві» є прикладом фотомонтажу початку 20-го століття: у ньому використовують колажі, масштаб та контраст, незвичайні ракурси. Журнал припинив своє існування, коли на радянській землі вторглася фашистська армія.

Під час Другої світової війни знімки стали джерелом збереження пам'яті. Робити знімок на фронті у той час було дуже небезпечно, оскільки довгофокусних об'єктивів ще не існувало, а радянська техніка ще не досягла такого розвитку, як іноземна. Під час війни суспільство має особливу жагу до інформації, тому фотографії з фронту були особливо важливі для публіцистики того часу – це стало новим рівнем трансформації фотожурналістики.

Існував радянський фотожурнал воєнного часу «Фронтowa ілюстрація». Перший випуск датовано серпнем 1941-го. У його оформленні брали участь

найкращі художники та ілюстратори СРСР. Особливістю було велике зображення та маленький текст – це найяскравіша хроніка подій. Його читали на передовій, у госпіталях та у тилу. Знімками фотокореспонденти намагалися передати міць радянської армії та передати бойовий дух фронту. «Фронтowa ілюстрація» віддзеркалювала хід подій та давала народу впевненість у перемозі. Останній випуск «Фронтowoї ілюстрації» вийшов у липні 1945-го року, після цього назву було змінено на «Красноармійська ілюстрована газета».

Усі радянські центральні, фронтові й армійські газети публікували на своїх сторінках фотодокументи, авторами яких були як імениті фотокореспонденти, так і фотографи-початківці. Загалом фотолітопис Великої вітчизняної війни створювали понад дві сотні фотокореспондентів [3, с. 192]. Фотографії у радянській пресі використовувались для агітації, а головним їх завданням була емоція, а не досконалість. Одним із прикладів таких є знімок «Таня» Сергія Струннікова, надрукований у газеті «Правда» 1942-го року. Тоді такі світлини набували значення символів. Не менш красномовним є знімок Івана Шагіна «Політрук продовжує бій», на якому зображено офіцера, який наказує солдатам йти до бою (рис. 1.1).



Рис. 1.2 «Политрук продолжает бой»

Саме військовий репортаж наблизив фотографію до документалізму та гуманізму. Знімки у ЗМІ були гостросоціальними, тому фотографія як жанр мистецтва пішла на другий план. У післявоєнний період спостерігалось яскраве антимілітаристське спрямування фотопубліцистики. Незважаючи на ідеологічні обмеження, публікували знімки, які стосувалися бурхливого розвитку підприємств, намагаючись зберегти правдивість. Однією з таких фотокореспондентів УРСР у 50–60-х роках була Ірина Пап. З 1956 року Ірина Пап працює фотокореспондентом газети «Известия» по Україні. Це були часи хрущовської відлиги та економічного підйому: радянський режим активно будував житлові масиви, підкорював космос і загалом викликав оптимізм у громадян. Знімки Ірини чудово зафіксували ту епоху — виразно, але без надмірного глянцю [26]. За допомогою робіт Пап можна відстежити тенденції шістдесятницького радянського фоторепортажу з його тяжінням до романтизму, проте ще сильним встановленням «правдивого, історично конкретного зображення дійсності», закріпленим на першому з'їзді радянських письменників у 1934 році. Він визнав стиль радянської фотографії на десятиліття вперед [29]. Вона знімала Хрещатик із висоти пташиного польоту, появу на світ перших «Запорожців» та побудову Київського метрополітену (Рис. 1.3).



Рис. 1.3. Хрещатик із висоти пташиного польоту (Ірина Пап, 1960 р.)

У 1950-му році з'являється журнал «Радянський союз», який став заміною «СРСР на будівництві». Це було повномасштабне ілюстроване видання, друковане не менш ніж 14-ма мовами. Головним дизайнером журналу був художник-фотомонтажер Олександр Житомирський. Ранні випуски Радянського Союзу включали роботи відомих радянських фотографів довоєнного часу, таких як Максим Альперт, Георгій Зельма, Аркадій Шайхет, Ольга Ігнатович. Спочатку журнал друкувався у великому розмірі, пізніше став меншим і глянцеvim. Останній випуск «СРСР на будівництві» вийшов у 1990-му році.

Наприкінці ХХ ст. фотографія поступово витісняє текст, а періодика стає більш ілюстрованою. Видання переймаються візуальною складовою матеріалів, а фотографи усе частіше експериментують з композиціями знімку, кадруванням, фотомонтажем. Проте це вже не є знаком якості видання, тому що фотографія стає набагато більш доступною, стандарти хорошого знімку стають нечіткими, а інформаційний потік з появою інтернету стає нескінченним.

Таким чином, становлення та розвиток фотографії започаткувало новий рівень журналістики. Фотографія видозмінювалася впродовж років – від дагеротипу до цифрових кадрів. Знімки у періодичних виданнях були як інструментом естетичної складової, так і одним із способів пропаганди у часи СРСР. Зображення у періодиці підлаштовувалися під потреби читача та політичний устрій. Зрештою, фотопублікації стали невід'ємною складовою дизайнерських рішень на шпальтах видань та почали поступово витісняти текст.

## **1.2. Жанри фотографії та її використання в друкованих медіа**

Сьогодні складно уявити новину без візуального супроводу. Фотографії стали займати значну частину усього інфопростору. У друкованих медіа фотографія має вирішальну естетичну роль, а іноді є повністю самостійною інформаційною одиницею. Вона звертає увагу аудиторії на себе швидше за текстове наповнення, полегшує сприйняття матеріалу, збільшує рівень довіри, спонукає до аналізу та роздумів. Саме тому світлини повинні мати зміст і не бути лише засобом контенту: мета кадру – це документальна правдивість, показ

фактів, творчий підхід та композиційні рішення. Фотографи, кореспонденти та фотожурналісти у своїй практиці виробили багато форм відображення дійсності, тому жанровий діапазон фотопублікації стає істотним для видання [1, с. 42].

Без ілюстративного наповнення шпальти періодичних видань були б нудними та не цікавими. Проте слід ретельно обирати знімки для публікації, стежити за тим, наскільки їх стиль підходить до тематики видань, чи органічно вони будуть виглядати у надрукованих матеріалах, а головне – розуміти для чого тут потрібна фотографія. Картинка повинна пояснювати текст, або навпаки – текст має описувати подію з кадрів. Фотографії зроблені в одному й тому ж місці, проте авторами різних видань, можуть суттєво відрізнятись. У медіа різні бачення, принципи та політика. Кадри створюються для того, щоб вивести читача на потрібну емоцію щодо події, яка відбулася.

Фотографія, як і журналістика, має свою систему жанрів. Найбільш затребуваним у медіа є репортаж. Він допомагає аудиторії відтворити картинку події у своїй голові, затриматися у ній, аналізувати та робити висновки. У жанрі фоторепортаж найповніше розкриваються такі функції фотографії, як інформативна, соціальна, естетична. Це дозволяє більш якісно керувати введенням додаткових смислів у матеріал, що публікується [5, с. 194]. Фоторепортаж – це документальний вид фотографії. Знімки такого жанру мають мету відтворити подію на фото якомога реалістичніше. Для цього автори мають помічати деталі, щоб людина, яка читає матеріал, відчула себе свідком події. Класифікують фоторепортажі за двома загальними категоріями:

- подієві (висвітлюють окремі події в житті суспільства: фестивалі, концерти, свята, спортивні змагання, демонстрації, мітинги);
- повсякденні (відображають дійсність довкола нас такою, якою вона є насправді: побутові та ситуаційні сюжети) [7, с. 71].

Також до жанрів репортажу відносимо фотоінформацію, фотозамітку, фотокореспонденцію, фотозвинувачення, фотозвіт.

Користуються популярністю репортажі із зображення бойових дій, автокатастроф, стихійних лих, мітингів, трагедій та катаклізмів. У

журналістському матеріалі вони слугують підтвердженням факту, який відбувся. До фото такого типу аудиторія має найбільший інтерес.

Знімаючи фоторепортаж, кореспондент має фіксувати кадри різних планів та форматів, оскільки достеменно невідомо, як саме фотографію буде поміщено у матеріал. Мають бути і горизонтальні фото, і вертикальні, і крупним планом, і загальним. Це допоможе органічно подати фото на сторінках періодичного видання. У цьому жанрі подія фільмується без особливої підготовки, тому фотографу слід мати досвід та приблизний план, що йому відзняти.

Якщо йдеться про міжнародні події, то українські видання користуються послугами закордонних фотоагентств. Якщо ж події відбуваються в Україні, то частину зображень видання отримують від власних фотокореспондентів, частину – з українських фотоагенцій [4, с. 19].

Не меншою популярністю користується портретний жанр. Такий вид фотографії можна умовно поділити на дві категорії: портрети відомих (впізнаваних) людей і портрети, які представляють нові для аудиторії обличчя [4, с. 17]. Такі світлини часто розміщують на головній сторінці журналу, на розворотах, в описах до інтерв'ю або важливих коментарів. Фотографії медійних особистостей самі по собі не привертають особливої уваги, проте саме за допомогою них збільшується інтерес до тексту. Людям цікаво дізнаватися, що відбувається у житті тої чи іншої популярної персони. Побачивши постать, якою особа цікавиться, на розвороті журналу вона з більшою вірогідністю прочитає матеріал.

Портретами часто супроводжуються політичні новини. Це можуть бути фото міністрів, президента та його дружини, або будь-яких інших посадовців. Зазвичай, такі фото не несуть у собі окремої інформації, а є лише супроводом до журналістського матеріалу. Ті ж політичні представники можуть привернути на себе увагу, якщо зображені у невігідному або кумедному ракурсі, коли фотограф «зловив» момент. Проте журналіст не має забувати про свої етичні принципи. Виводити у друк відверто невдалі фотографії недоречно – це може вплинути як на репутацію особи, яку опубліковано, так і на представника медіа.

Портретна фотографія у ЗМІ може слугувати естетичною складовою матеріалу, але так само може висвітлювати емоції людини, яку зображено, її душевний стан. До публікації фотографій портретного типу слід ставитися з особливою відповідальністю, оскільки це може бути втручанням в приватне життя. Такий крок неприпустимий для журналіста та регулюється законодавством.

Часто журналісти у гонитві за яскравим портретом нехтують тими самими етичними принципами. Як от у березні 2016 р. після жахливого теракту в аеропорту Брюсселя грузинська журналістка Кетеван Кардав зафіксувала фотокамерою момент: одна із жертв, поранена й у пошматованому одязі, сидить на лавці, а поруч із нею інша поранена жінка телефонує комусь і просить допомогти [6, с. 32]. У цьому випадку важливі і людські якості представника ЗМІ. Коли вибір стоїть між потужним знімком та допомогою постраждалому – це проблема гуманістичного та морального характеру.

Соціальна фотографія – емоційно найскладніший жанр. Вона розкриває проблеми та вади суспільства, акцентує на них увагу, «заморожує» їх у моменті для подальшого аналізу. Це абсолютно не постановочні та драматичні знімки. Люди на них постають справжніми, природними, без прикрас. Соціальна фотографія підсвічує ті недоліки соціуму, які зазвичай проходять повз людей, або не мають належного розголосу. Такий вид зйомки не для усієї аудиторії, особливо чутливим людям краще не бачити кадри, які стосуються, до прикладу, смертельних хвороб, чи згвалтувань.

Такі знімки передають емоції персонажів з фото, часто – їх біль. Проте таку фотографію, як і будь-яку іншу, не можна назвати однозначно об'єктивною. Фотограф сам шукає ракурс, обирає момент та створює сюжет. Знімок ми бачимо через призму світогляду фотографа, адже саме він доводить його до рівня мистецтва. Досліджуючи соціальні проблеми фотографія відкриває необмежені ілюстративні можливості (так при дослідженні побуту людей з особливими потребами можуть використовуватись сімейні та портретні фото, а при вивченні забрудненості міст – фотознімки туристів тощо), а також можливості фіксації



змінюваних та плинних явищ (наприклад, прояви колективної діяльності соціально незахищених верств населення) [30]. Агенція Reuters 2 вересня 2015 року опублікувала кадри Айлана Курді, мертвого хлопчика із Сирії, на пляжі Турції. Це спонукало громадськість до співчуття, а питання біженства стали частіше порушувати у пресі.

Соціальна фотографія важлива сьогодні, у період російської агресії проти українського народу. Знімки розстріляних машин із людьми, які вирвалися із Маріуполя, страшні кадри із Бучі та Ірпеня звертають увагу світових спільнот та агітують на підтримку України. Такі зображення стали обгортками світових ЗМІ: The Guardian, Financial Times, METRO, Daily Express, Mirror.

Український фотограф Костянтин Ліберов знайшов свій метод висвітлення страшних подій – зображення війни очима мирних людей. Автор знімає країну в умовах воєнного стану, щоб якомога більше людей побачило той жах, який сьогодні відчують українці. Саме соціальна фотографія сьогодні стала зброєю в інформаційній війні: вона надає розголосу подіям, привертає увагу світових спільнот, стає важливим доказом порушень гуманітарного права (Рис. 1.3).



Рис. 1.4. Чоловік ховається у підвалі від обстрілів (Харків, березень 2022).

Соціальна проблема завжди є суспільною проблемою, оскільки життя окремої людини так чи інакше стосується життя іншої, а суспільна проблема не завжди є соціальною, оскільки може не мати впливу на окрему людину [16, с. 82].

Загалом соціальна фотографія виконує такі функції:

- звертає увагу на соціальну реальність;
- засуджує питання нерівності та несправедливості;
- підтримує гуманітарні ініціативи;
- мотивує на соціальну активність;
- віддає перевагу свідченням без ідеологічних упереджень [32].

На відміну від соціальної, так названа модна фотографія не має такого емоційного навантаження. Здебільшого вони слугують прикрасою сторінки, відображають модні тенденції і настрої суспільства. Можна виділити наступні тренди у жанрі сучасної fashion-фотографії:

- мінімалізм у поєднанні із прагненням до створення чистих та зрозумілих візуальних образів;
- мода на «натуральність», тобто правдивість;
- прагнення до «випадковості» фото: зйомка не в обладнаній студії, а на вулиці, у громадських місцях, у натовпі – з метою демонстрації індивідуальності [14, с. 90].

Такий жанр фотографії потребує ретельної підготовки: локація, образ, концепція, світлове рішення, підбір референсів (настрій зйомки та пози, які можна втілити). Модні знімки відрізняються особливим підходом автора до їх виконання, його смаком та вподобаннями – тут він має простір для втілення ідеї. Якщо репортажну зйомку може виконати кореспондент, то модну – здебільшого професійний фотограф.

Fashion-фото друкуються переважно у модних журналах. Яскравими представниками таких є «L'Officiel Україна», міжнародний журнал «Elle», «Vogue», «Harper`s Bazaar». Основна частина фотопублікацій у таких журналах – реклама, покази мод, кадри з червоних доріжок, візуалізація світових тенденцій модної індустрії, культури, стилю життя, новин шоу-бізнесу. Такому

типу фотографії притаманні нестандартні композиційні та дизайнерські рішення, експресивність, самобутність, комерційність.

Сьогодні модна фотографія не про ідеальність. Штучна та пластикова картинка із бездоганною ретушшю стає антитрендом у світових тенденціях. На світлинах часто можна побачити родимки, пігментні плями, розтяжки – усе те, що раніше було табу. Тренд на справжність має на меті наголошувати на унікальності кожної людини – тепер неважливо, якого людина походження, яке у неї тіло і соціальний статус. Прикладом є фотографії львівського безхатченка Славіка, про якого писали у «The Telegraph», «Vogue Paris», «La Repubblica», «Esquire». Проєкт Slavik's fashion Юрка Дячишина — цикл знімків 2011–2013 років, які фотограф зробив під час випадкових зустрічей із бездомним на ім'я Славік на вулицях Львова [27].

Наступним жанром фотографії, який користується попитом у журналістській творчості є пейзаж. В основі таких кадрів зображають природу та її краєвиди (гори, ріки, холми, полонини, пустелі тощо), архітектуру, індустріальні види. Здебільшого цей жанр використовують у журналістських матеріалах, пов'язаних із подорожами та туризмом. Іншими словами це називають тревел-журналістика. Тому фотографія у такому жанрі виконує функції передачі інформації про інші країни, культури, етнічні особливості, створює візуальний образ держави/міста/території в очах читача, а також розважальну функцію.

Серед української журнальної періодики фотографії такого типу використовують «La Boussole» – журнал про мандрівки та натхнення. Журнал існує з 2014-го року та спеціалізується на подорожах Україною. «Ми пишемо про українські місцевості й міста, їхні історії, деталі та зміни, про цікавих жителів та їхні заняття», – так про себе говорить команда видання [23]. Також можна згадати арт-бук «Ukrainian. Країна зсередини», у якому зібрано автентичні пейзажі країни, яскраві моменти експедиції історичними регіонами України (2016–2018). Пейзажний жанр часто публікують в американському журналі «National Geographic», де публікують матеріали про навколишнє середовище, культуру,

історію, географію у супроводі приголомшливих знімків природи.

Отже фотографія, як і текст, має свої жанрові риси. Вони залежать від тематики зйомки, видання, у якому публікуються, від технічних характеристик. У системі журналістської творчості зображення мають не лише естетичну функцію, а й документальну, просвітницьку, розважальну. Жанри фотографії – це візуальне оздоблення, а їх різноманіття допомагає доречно використовувати знімки у різних темах медіа-контенту. Важливим є не лише фотографія, а й журналістський матеріал, у якому її подано.

### **1.3. Особливості журналів про фотографію та перспективи їх розвитку**

Творчість займає окреме місце у житті кожної людини, і фотографія цьому не виключення. Фотомистецтво сьогодні активно розвивається – тепер зробити знімок під силу кожному, тому усе більше людей беруть професійну камеру до рук. Хтось лише починає свій шлях, а хтось вже став професійним фотографом, але кожен потребує нових знань, адже будь-яке мистецтво не стоїть на місці. Тому журнали про фотографію актуальні у сучасному світі. Вони надихають, мотивують, підказують, навчають.

Такі журнали присвячують різним жанрам фотомистецтва та різним рівням фотографів: освітні та естетичні, для професіоналів, для початківців або любителів, про пейзажі або про портрети, а можливо й усе це разом. Тим не менше, такі журнали можуть бути не лише для фотографа, а й для поціновувачів мистецтва, любителів прекрасного або професій суміжних із фотографією. Яким би жанром фотографії людина не насолоджувалася та на якому рівні знань не знаходилася, кожен зможе знайти щось для себе на ринку фотопубліцистики.

У часи активного розвитку інтернету більшість друкованих видань мають свою онлайн-версію та блог у соціальних мережах. Це допомагає популяризувати видання та охопити більш широку аудиторію. Завдяки цьому, читач, наприклад, може обрати, який саме випуск він хотів би отримати у друкованому форматі, швидко знайти потрібну йому інформацію. Також за допомогою електронних копій журналів фотографи мають можливість надіслати

туди свої фото для публікації, що буде плюсом до його портфоліо. Проте друкована версія журналів має свою перевагу: купивши журнал, люди рідко його викидають, він зберігається довгий час. Так, можна сказати, що друкований фотожурнал, як і будь-який інший, має нести унікальну та корисну інформацію, яка зацікавить читача у його придбанні.

Спонукає до покупки може його візуально-естетична складова: якість фото, оформлення та художньо-технічне оздоблення, дизайн та композиційні рішення, особливі фото, які несуть у собі історію та глибокий зміст. Тобто журнал, який хочеться розглядати та надихатися. Також журнал може нести важливі навчальні матеріали, що також підштовхне придбати його. Науково-освітня інформація у журналах про фотографію допомагає розвиватися, вдосконалювати професійні навички та поглиблювати знання. Такі журнали можна розгортати не один раз, постійно знаходячи щось нове для себе.

Як не дивно, головною особливістю журналів про фотографію є саме зображення. Чим кращий їх друк, колір та обробка, тим більше він приверне увагу читача. Ми бачимо безліч фотографій онлайн, проте не усі фото нам хотілося б надрукувати. Журнали про фотографію мають на меті популяризувати фотографію з точки зору мистецтва та науки.

Крім зображення, виграшними можуть бути бізнес-поради, опис новітніх методів фотографії, які лише набувають популярності, технології студійної зйомки із схемами світла, маркетинг та юридичні питання з теми фотографії. Тобто усе те, що може слугувати не один рік. Саме це може принести успіх друкованим виданням. В інтернеті, звичайно, можна знайти усе. Проте є ті аспекти, які можна називати класикою, і вони завжди будуть цікавити допитливих людей і спонукати їх зберегти це у друкованому вигляді.

На українському ринку публіцистики майже немає журналів, які спеціалізуються на фотографії. Проаналізувавши видання, які пропонують українські медіаплатформи, можемо розглянути журнал «Saliut» видавництва «Основа». Його запустили за підтримки Українського культурного фонду. Це журнал про українську фотографію англійською мовою. Перший випуск

журналу, присвячений фотографкам, вийшов 2021-го року, редакторкою стала Галина Глеба. У журналі виділено три змістових розділи: дитинство, юність та зрілість. У кожному із них серії знімків про життя жінок. Наприклад, проєкт «38» Поліни Полікарпової, під час якого фотографиня стала по той бік об'єктиву, а камеру віддала своїй подружці дитинства Ярославі, «Circle» Марії Казван про свободу та проблему домашнього насилля, «Хронотоп» Світлани Долбишевої, герої якого її бабуся та дідусь. Загалом до першого номеру увійшли фотопроекти Аліни Смутко, Жені Лаптії, Юлії Кафізової, Ірини Пап, Олени Гром, Каті Лесів, Яни Григоренко та інших [25]. «Saliut» буде виходити двічі на рік, а кожен його випуск буде присвячено різним темам.

Існує також журнал про фотографію «Bird In Flight». Щоправда друкованої його версії немає, прочитати його можна лише онлайн. Команда «Пташки..» – так ласкаво називає часопис його команда – позиціонує його як журнал про фотографію та візуальну культуру. «Ми пишемо для тих, кому не вистачає потужного культурного ресурсу, розповідаємо про фотоіндустрію, нові форми мистецтва, медіа, ділимося натхненним досвідом майстрів, досліджуємо тренди, знайомимо з молодими та перспективними героями.» – говорить творча група видання [21]. Журнал виходить за підтримки Depositphotos – фотобанку міжнародного рівня, засновком якого є український підприємець Дмитро Сергєєв. «Bird In Flight» заснували премію «Укрсучфото», щоб підтримати українських фотографів за їх досягнення і сприяти розвитку фотографії.

Ще одним українським журналом, який багато уваги приділив фотографії, є Reporters. Проте цей журнал не про фотомистецтво, а про літературний репортаж. Тим не менше, у їх першому пілотному друкованому випуску, який з'явився на світ у червні 2021-го року родзинкою став спецпроект «30 років Незалежності у 30 фотографіях». Майже на кожній сторінці – знімки, які розповідають про людей та їх життя. За словами команди видання, вони з особливою уважністю поставилися до оформлення, щоб фотографії були максимально якісно надруковані, а читачу було приємно тримати журнал у руках. Серед авторів номера — репортажистки Віра Курико, Світлана Ославська,

Олена Лівіцька, Ольга Омельянчук та інші, а також фотографи Михайло Палінчак, Євген Малолетка, Сергій Лойко, Данило Павлов та багато інших [22].

Якщо розглядати зарубіжний ринок фотоперіодики, то там вибір значно ширший. Це і спеціалізовані журнали за різними жанрами фотографії, і науково-популярні, і бізнесові видання, і історичні, і суто мистецькі. Ми пропонуємо розглянути два абсолютно різні за своїм наповненням фотожурнали – «Black and White Magazine» та «Outdoor photography», які є якісним прикладом.

«Black and White Magazine» – назва говорить сама за себе. Журнал присвячено мистецтву чорно-білої фотографії, виходить раз на один-два місяці. Слоган журналу звучить так: «Для колекціонерів прекрасної фотографії». «Black and White Magazine» дотримується цих слів, публікуючи чорно-білі фотографії образотворчого мистецтва минулого та сьогодення [31]. Його присвячено винятково фотографії, там немає оглядів обладнання або технічних аспектів фотографії та її обробки – натомість більшість журналу про історії митців. Також є окремі галереї із роботами читачів, інтерв'ю, розповіді, біографії фотографів. У цьому журналі кожен поціновувач фотомистецтва може знайти щось для себе, тому що там представлено усе різноманіття жанрів фотографії: і природа, і архітектура, і портрет, і документалістика. Цей журнал не тільки для фотографів, а ще й про них, про їх світогляд і бачення.

«Outdoor photography» – це журнал видавництва Великобританії, виходить один раз на місяць. Він має широкий вибір розділів, які містять інформацію про навчальні посібники, огляди спорядження та новини, пов'язані з вуличною фотографією [33]. На відміну від попереднього, тут є докладні огляди про технічний аспект фотозйомки, обладнання та аксесуари, а також поради, як зробити найкращий знімок у будь-яких умовах. Також команда журналу публікує рекомендації локацій для зйомок у Великобританії та розповідає про пригоди фотографів. Наприклад, у березневому випуску №279 були представлені найкращі місця для фото у Кенті, що на південному сході Великобританії.

Якщо розглянути ринок фотоперіодики загалом, то особливості фотожурналів різняться відповідно до цільових аудиторій. Проте немає

журналів, які б могли закрити усі питання одразу, детально та точно. Якись пропонують більше науково-популярної інформації, проте не приділяють належної уваги візуальній частині, деякі – навпаки. Відповідно, можна сказати, що є журнали про фотографію для професіоналів, для любителів, для естетів та для зацікавлених мистецтвом та соціально-культурною спадщиною загалом.

Якщо розглянемо фотожурнали для професіоналів, як, наприклад, наведений вище «Outdoor photography», то можемо визначити такі їх особливості:

- зміст журналу має нести нову, досі не широко відому інформацію: це можуть бути поради від професіоналів фотосправи, які діляться своїм досвідом. Фотографи, які вже не перший рік тримають в камеру у руках з цікавістю поставляться до розповідей тих, хто досяг більшого.
- більшість матеріалів авторитетні та підкріплені технічними оглядами;
- якщо публікують інформацію про обробку фотографій, то мають бути аргументи і приклади, чому її слід спробувати використати. Оскільки фотографи з досвідом часто мають досить великий багаж власних напрацювань;
- можливі розділи з критикою, щоб навчатися на чужих помилках, адже будь-який фахівець удосконалює свої знання протягом усього кар'єрного шляху.

Журнали для новачків відрізняються такими характерними рисами:

- ознайомлення з гаджетами та аксесуарами для фотографів та пояснення, навіщо вони потрібні і як вони полегшать роботу;
- поради щодо зйомок чи обробки мають супроводжуватися схемами та ілюстраціями, оскільки особа ще не має повного розуміння аспектів фотомистецтва;
- зображення та ілюстрації повинні включати налаштування, поради та будь-які методи, включаючи налаштування освітлення та будь-яку історію, що стоїть за ситуацією.



- практичні статті із нескладними ідеями, які можна втілити у життя (можливо із покроковим поясненням).

Фотожурнали для поціновувачів мистецтва мають включати історичні факти та досягнення, описувати події, які стали переломними для фотографії, про її становлення. Пропонувати на розгляд визначні фотографії митців у широкому форматі (до прикладу, на увесь розворот), залишати коментарії критиків щодо різних явищ. Також можуть бути соціально значущі фотографії, які розкривають якісь вади суспільства та змушують замислюватися та аналізувати. Якщо говорити про фотографію як естетичне явище у журналах, то вона має бути якісною, гарно обрамленою у текст, якщо він є. Здебільшого естетичні фотожурнали не мають громіздкого текстового наповнення, уся увага там приділяється знімкам – нічого не має відволікати читача від фототвору.

Кожен із видів фотожурналів надихає, допомагає розвиватися та вдосконалюватися. Усі вони містять новини з світу фото, від оглядів нової техніки до описів останніх шедеврів фотомистецтва, в залежності від аудиторії видання. Журнали про фотографію покращують смак, мотивують та спонукають до творчості.

На сьогодні закордоном ширший вибір фотопубліцистики. Очевидно, що це залежить також і від попиту на продукцію. На Заході фотографію більш детально розглядають фотографію як вид мистецтва, у той час, як вітчизняний ринок поки не приділяє цьому належної уваги. Втім, можу стверджувати, що в Україні багато талановитих фотографів, і багато хто з них цікавиться контентом пов'язаним із їхньою справою серця. Тому журнали про фотографію популярні і тут. Проте мало хто користується друкованими виданнями про фотографію, оскільки багато доступної інформації є в інтернеті, що значно пришвидшує пошуки.

Втім, у фотопубліцистики точно є майбутнє. Журнали про фотографію одні з небагатьох друкованих видань, які можуть користуватися попитом. З кожним днем кількість фотомитців лише зростає, особливо у час такого швидкого розвитку діджитал-системи. Наша аудиторія, порівняно із

закордонною, не готова платити за інформацію, тому друковані видання купують рідко, хоча інша спеціалізована література часто потрапляє на полиці читачів. Якщо популяризувати фотомистецтво в Україні та не знецінювати його, то попит на українську фотоперіодіку зросте. Проте для цього має розширитися ринок журналів про фотографію, щоб кожен зміг знайти щось для себе. Головне – відповідати за якість видання, як інформаційну, так і візуальну, тому що журнали перш за все викликають інтерес своєю обгорткою. Якщо говорити про електронні ресурси, то вони популярні і зараз, і вони є. Проте це не вирішує проблему того, що на українському ринку критично мало журналів про фотографію. Журналістика – це сила слова, саме за допомогою цього інструменту ми б могли розвивати вітчизняну фотографію як в Україні, так і за її межами, вдосконалювати та популяризувати українське ще й через такий виток творчості, як фотографія.

Отже, журнал про фотографію, як і будь-який інший, повинен мати певні якості, щоб бути корисним для читача. А основна їх мета – надихати та спонукати до творчості та розвитку. Існують журнали для різних цільових аудиторій, проте кожен з них формує уявлення про фотографію в очах читача. Така періодика створює основу для вдосконалення фотомитців, розкриває явище фотографії як вид мистецтва.

### **Висновки до розділу 1**

Отже, подолавши шлях трансформації, фотографія стала новим видом інформування суспільства. Проаналізувавши її історію, можемо зробити висновок, що її значимість зростала з кожним роком. Вона була і політичним інструментом, і візуальним, і інструментом міжнародних відносин, а врешті стала самостійною одиницею журналістських матеріалів. Ще з давніх часів фотографія мала вагомий вплив на суспільство, його світогляд та культуру.

Було визначено жанрову специфіку фотографії, що допомогло зрозуміти, як доречно використовувати фотографію відповідно до тематики журналістських матеріалів та мати вплив на читача. Важливим є не лише

зображення та його зміст, а й текст, у який його вверстано, ставлення автора до того, що він знімає. Так, кожен із жанрів фотографії має свої характерні риси та технології створення.

З'ясовано особливості журналів про фотографію – здебільшого вони залежать від їхньої цільової аудиторії. Проте немає фотоперіодики, яка б вміло закрила усі потреби читача одним виданням. Деякі видання націлені на профі, а деякі на любителів, деякі повно розкривають тему портретів, а деякі – вуличної фотографії. Тому кожен фотожурнал має перевагу в якомусь із аспектів: естетичному, технічному, культурно-соціальному тощо. У зв'язку з стрімким розвитком фотографії, спеціалізована періодика користується популярністю. Фотографи будь-яких рівнів знань прагнуть дізнаватися нове, вдосконалювати навички, шукати унікальну інформацію та надихатися. Саме тому друковані журнали про фотографію мають право на життя.

Неприємним фактом дослідження стало те, що на українському ринку періодики майже немає друкованих видання про фотографію і фотомистецтво. Це недооцінена прогалина у системі української преси, яка потребує уваги та розвитку. Це спонукає до створення власного журналу про фотографію, який би популяризував її та допомагав людям об'єднуватися за допомогою творчості.

## РОЗДІЛ 2

### ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ: СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО ЖУРНАЛУ ПРО ФОТОГРАФІЮ «ПОРТФОЛІО»

#### **2.1. Концепція створення журналу про фотографію «Портфоліо»**

Журнали про фотографію в Україні – це досі не заповнена ніша, тому у нас є можливість створити унікальне видання для вітчизняного ринку. Вище вже йшла мова про те, наскільки фотографія популярна у сучасному світі. Ми кожен день споживаємо фотоконтент у соціальних мережах, блогах, інформаційних платформах. Світ щодня бачить мільйони фотографій, і вони безперервно літають у діджитал просторі. На жаль, побачивши фотографії ми рідко знаємо, який у неї автор, який сенс він закладав у знімок. Але ж, погодьтесь, що зображення давно відійшло від просто вигуків «дуже красиво!». Тепер важлива ідея, важливий світогляд автора, його думки. Красивих фото багато, їх може зробити навіть дитина, проте не кожен кадр змушує замислитися, не кожен кадр спонукає зупинитися на розглядати його. Нашу увагу привертають кадри у яких є історія героя, фотографа, чи обставин. Тоді ми починаємо розуміти, про що цей кадр. Саме про це буде журнал «Портфоліо».

Якщо розглянути слово «Портфоліо» у широкому значенні, то можна тлумачити його як збірку напрацювань, зразків робіт тої чи іншої особи. Портфоліо є своєрідною візитівкою, сукупністю відомостей про людину, або своєрідним досьє – зібраними документами, зразками робіт, фотографій, які дають уявлення про досягнення та можливості [18]. Це перегукується з концепцією журналу. Видання буде своєрідною збіркою творчих матеріалів фотографів, історій їх життя та досвіду, бо одна з основних наших цілей – показати, що за будь-яким проявом творчості стоїть її митець. Із впевненістю можемо сказати, що кількість фотографів, яких знають наші громадяни, більшість

можуть порахувати на пальцях. Проте будемо розвивати фотомистецтво та підтримувати фотографів, у першу чергу українських.

«Портфоліо» позиціонує себе як незалежний український соціально-мистецький журнал про фотографію. Журнал буде про більше, ніж просто світлини. Ми будемо збирати матеріали фотографів, які знімають про важливе: від кохання – до важливих соціальних проблем. Підтемами журналу можуть бути біженство, природні катаклізми, питання фемінізму та гендерної ідентичності, збройних конфліктів, екології, хоча основною буде залишатися саме тема творчості. Проте це не означає, що ми хочемо навантажувати аудиторію проблемами, просто ми будемо показувати те, про що люди, а особливо фотографи, повинні знати. Це може бути як тематика цих явищ у фото, так і роботи фотографів, які із цим зіткнулися.

Однозначно, що таке тематичне розгалуження буде деякою мірою ускладнювати роботу редакції журналу та пошук матеріалів. Проте цей ризик усвідомлений. Фотографія давно вийшла за рамки загальноприйнятої «нормальності» та «адекватності». Час виходити із зони комфорту. Так, ми можемо сказати, що ще одна наша мета – розповідати українцям про події у світі за допомогою фотографії, і так само розповідати світу про українців. Такий собі кругообіг світлин у природі. Сьогодні у світі так багато зла та агресії, що хочеться аби люди довірилися творчості, а творчість нарешті почала говорити. А фотографія – це один із найпотужніших способів комунікації, тому за допомогою неї ми будемо об'єднувати людей. Цей журнал створений, щоб робити людей обізнаними та намагатися подолати їх байдужість до світових проблем за допомогою фотографії. З огляду на це створено слоган видання «Фотографія (для) небайдужих людей».

«Портфоліо» буде виходити у друк раз на три місяці. За цей час буде збиратися та оброблюватися інформація, відбуватиметься пошук митців, про яких ми будемо говорити, узгоджуватиметься тема. Журнал не буде об'ємним, щоб не аудиторія не втомлювалася від отриманої інформації, оскільки, як ми вже визначили, фотографії мають більший соціальний вплив,

аніж естетичний. Попри деяку складність тем, журнал не буде політизовано, це будуть незалежні думки щодо будь-якої події чи явища. Редакція відповідально ставитиметься до усіх етичних та моральних принципів журналістської діяльності.

Незважаючи на те, що тематика журналу періодично змінюється, він матиме три сталі рубрики:

- 1) «Що? Де? Як?» – це назва першої рубрики. Тут ми будемо говорити про те, що доречно знімати і описувати основний жанр/тему фото, який буде запропоновано у журналі; будуть матеріали про те, як це знімати, чи не наражає це на небезпеку, як підготуватися до зйомки та як втілити її у життя; буде сказано, де можна знайти історії для створення та де це знімати (або ж де це відбувалося/відбувається).
- 2) «Моя історія» – це основна рубрика журналу, у якому будуть заборані роботи фотографів та їх історії.
- 3) «Галерея» – рубрика, у якій буде зібрано фотографії різних митців щодо теми журналу, проте без заглиблення у життя фотографа. Більше уваги тут приділятимемо саме знімкам. У цей розділ можуть потрапити й ті фотографи, які читають наш журнал, надіславши нам свої роботи.

Для рубрик обрано такі назви, щоб була змога підлаштовуватися під будь-яку тему фотографії, оскільки видання не планує обмежувати себе, і в процесі розвитку трансформуватиметься під потреби аудиторії. У кожному випуску рубрики можуть додаватися, спираючись на тему видання. Поєднавши мистецтво фотографії із важливими темами суспільства, на український ринок фотоперіодики буде представлено абсолютно новий продукт. У журналі не буде ґрунтовних технічних матеріалів, тобто як навчальне видання ми не можемо його розглядати. Матеріали скоріше можна порівняти із порадами та настановами, ознайомленням.

Перший випуск журналу буде пілотним. Тобто здебільшого він розглядається як поодинокі дослідження, що здійснюється для перевірки та підтвердження задуму, ідей основного, масового проєкту [15, с. 368]. Його буде

присвячено українському народові та Україні. Зараз важко лишитися осторонь тих подій, які відбуваються на нашій землі. Росія почала повномасштабну війну – про це мовчати неможливо. Українські ЗМІ повинні, як ніхто, нагадувати про те, що відбувається. Не можна, щоб люди звикли до війни, війна – це не нормально. Якщо наш народ із цим зможе вжитися, то що тоді говорити про світові спільноти. Україна має бути завжди в полі зору.

У рубриці «Що?Де?Як?» будуть такі тематичні статті: «Небезпека роботи військовим кореспондентом», «Фотографія на фронті: як знімати у зоні бойових дій», «Як фотограф може допомагати в тилу». У рубриці «Моя історія» будуть представлені роботи українських фотографів, які знімають події в Україні. Деякі з них ніколи не були документальними фотографами, проте тепер вони розповідають фотографіями про нашу державу. Серед них Костянтин Ліберов, Павло Дорогий, Максим Левін. Чоловіки мають різні долі та різний погляд на фотографію, це простежується у їхніх роботах. У «Галереї» будуть фото незламних міст Маріуполь, Ірпінь, Буча, Бородянка, знятих різними фотографами. Із етичних міркувань не було використано кадрів, у яких чітко видно смерті, насилля та вбивства.

Цей випуск «Портфолію» буде фотопам'яткою української незламності. Він стосується кожного, хто зіткнувся із цією підступною війною. Тим не менше, цей випуск надихає. Він про творчість серед болю, про силу, про людей, про творення нашої історії і, звичайно, про фотографію. Історії фотографів та матеріали, які описано у випуску, спонукають їхніх колег замислитися над тим, як вони можуть допомагати і як продовжувати творити, підтримуючи Україну. Сьогодні багато хто закритися від світу, загубив себе, проте саме творчість рятує серця і загоює рани.

Таким чином, ми створили концепцію незалежного соціально-мистецького журналу «Портфолію» і визначили, що його перший пілотний випуск буде випущено на підтримку України, а текстові матеріали описуватимуть фотографію в умовах воєнного стану, історії життя фотографів та вплив теперішніх умов на фотомистецтво.

## 2.2. Цільова аудиторія та художньо-технічні характеристики видання

Визначивши концепцію журналу, можна перейти до створення портрету покупця. Цільова аудиторія – це сукупність реальних і потенційних клієнтів компанії, які є зацікавленими в продукті та готові змінити свої переваги на його користь [24]. Це найвідповідальніший момент створення продукту. Саме від правильного портрету покупця залежить успіх видання та його продажі. Важливо детально уявляти його захоплення та вподобання, розуміти, для чого йому потрібен журнал та чому він його придбає. Цільову аудиторію формують за такими критеріями: географічні, поведінкові, соціально-демографічні, психологічні.

Аудиторію журналу визначено за такими ознаками:

1. Стать. Це може бути як чоловік, так і жінка. У «Портфоліо» немає гендерної приналежності.
2. Вік. Ми вважаємо оптимальним вік 21+. Журнал звертається до тем, які зможуть зрозуміти люди із досвідом, із ширшим світоглядом, ніж підліток. Для людей молодших за віком видання може здаватися нудним.
3. Місце знаходження – Україна, обласні центри або міста із населенням 300 тис.+. Проте онлайн-версія журналу буде мати англійський переклад, тому читачі можуть бути з усього світу.
4. Сімейний стан покупця не важливий.
5. Освіта, робота – здебільшого філологічна (фотографи, журналісти, психологи, мистецтвознаці, культурологи, соціологи тощо).
6. Рівень прибутку вище середнього.
7. Цінності. Це інтелігентні люди із активною життєвою позицією, вони творчі, емпати, здатні співчувати, можуть займатися благодійністю; для них важлива у людях чесність та щирість, цінують свободу, самостійні, впевнені у собі та принципові.

Загалом аудиторія журналу цікавиться фотографією та культурою, потребує нових знань та натхнення. Оскільки у «Портфоліо» фотографія тісно пов'язана із суспільством, аудиторія може як додаватися, так і відокремлюватися



із кожним випуском. Тобто журнал також можуть читати ті люди, яких зацікавила саме тема номеру. Тому слід ретельно обирати, чому присвятити журнал. Потенційними читачами можуть бути люди, яким просто подобається фотографія, незалежно від їхньої сфери занять.

Не менш важливим етапом створення періодичного видання є його візуальне оформлення. Передусім журнали привертають увагу своєю естетичною складовою: кольором, шрифтом, зображеннями, графікою, загальною композицією. Видання можуть бути однаковими за темами, проте їх буде вирізняти саме візуальний ряд та технічні характеристики. Обкладинка має привернути увагу, саме вона вирізняє журнал серед інших. Тому слід винести на неї найактуальніші заголовки, які зацікавлять читача. Головне завдання – не перестаратися. Увесь журнал має виглядати гармонійно і створювати цілісний образ в уяві аудиторії.

Колір впливає на читача емоційно та асоціативно. Наприклад, жовтий частіше за все асоціюється із теплом, рожевий – з безтурботністю та жіночністю, зелений – з природою. Для першого випуску «Портфоліо» обрано три кольори: чорний і білий як основні, червоний як допоміжний. Чорний може говорити про біль та сум, але водночас це класика та лаконічність, авторитетність. Нині чорний також сприймається як колір творчих, креативних людей. Наприклад, фірмовий колір Monobank – чорний, але в контексті мобільного банку він символізує не багатство чи траур, а креативність [19]. Чорний у журналі здебільшого слугує фоном для тексту. На нашу думку, у мистецькому виданні це виглядає доречно, тому що серед великої кількості фотографії текст на білому фоні може загубитися, на нього недостатній акцент. Білий – колір простоти та світла. Серед таких самостійних червоного та чорного, він наче згладжує кути, знижує емоційність, заспокоює. Фотографії у журналі розміщено саме на ньому, щоб зайвий раз не навантажувати читача.

Допоміжний колір видання буде змінюватися, залежно від теми. Наприклад, говорячи про екологію, це буде відтінок зеленого, говорячи про природні катаклізми, це може бути бежевий як асоціація із піском, або синій, як

асоціація з водою. Колір видання буде вказано на обкладинці журналу біля штрих-коду. У цьому випуску допоміжним став червоний. У контексті він вказує не лише на силу та любов, але й на жорстокість та агресію. Ним виділено рубрики, заголовки та графічні елементи. Червоний – емоційно-підсилювальна складова кольорового наповнення журналу.

Шрифти, графічне оформлення також відображають візуальний стиль журналу. Основним шрифтом складають більшу частину тексту, він має бути простим, чітким і постійним у всьому виданні [17, с. 145]. У «Портфоліо» таким став Palatino Linotype, достатньо базовий та зручний для читання. Основний шрифт виконано стандартним Palatino Linotype, а заголовки – жирним. Акцентним шрифтом став рукописний шрифт «Mistral». Його у червоному кольорі використано для оформлення рубрик.

Формат журналу буде А4, оскільки найбільше уваги буде приділено фотографії, потрібно більше місця для їх гармонійного розміщення поряд із текстом. За об'ємом, журнал буде до 65 сторінок, оскільки деякі випуски можуть бути емоційно складними для довгого перегляду. Тираж першого номеру буде складати 1500 примірників. На старті цього достатньо, оскільки журнал ще не є популярним і не має свого постійного покупця.

Журнал буде мати цупку обкладинку, приємну на дотик. Сторінки будуть розгортатися повністю, щоб була можливість зручно розглядати фотографії. Найбільш відповідальним буде підхід до вибору паперу, оскільки друк фотографії мають бути якісним – це основне спрямування журналу, повинно бути чітко видно усі деталі. Також вибір паперу для друку важливий для того, щоб журнал міг довго зберігатися, не тьмянів і не вигорав.

На сторінках «Портфоліо» не буде багато тексту, співвідношення між текстом та фотографіями у виданні приблизно 1:6. Зараз люди не мають часу на довгі паузи, тим більше фотографії у журналі достатньо самостійні, щоб не супроводжувати їх великими текстовими шпальтами. Фотографії часто будуть використовуватися у колажах, відповідно до історії кадру. Тобто на одній сторінці будуть декілька фото одного фотографа, або декілька фото одного

жанру, або декілька фото одного міста тощо. Таке рішення допоможе сфокусувати увагу читача та логічно побудувати смислові лінії. Тим не менше, самостійні фотографії також будуть присутні.

Таким чином визначено, як технічно буде сформовано журнал, який у нього дизайн та візуальне наповнення. Також сформовано кольорову тему «Портфоліо» та описано композицію сторінок, визначено його особливості та унікальність. Тепер зрозуміло, хто потенцій покупець журналу, чим він займається і який у нього світогляд. Спираючись на це, можемо перейти до етапу просування журналу.

### **2.3. Методи просування журналу на медіаринку України**

Реклама – це двигун прогресу. Без маркетингової діяльності успіх продукту неможливий. У період розвитку онлайн-видань просування друкованого журналу вимагає чітких та виважених дій, щоб зацікавити аудиторію. Саме за допомогою просування буде формуватися коло зацікавлених осіб, які у майбутньому можуть придбати продукт. За допомогою цього можна підігрівати інтерес, розповідати про цінності видання, створювати імідж та репутацію у соціумі, мотивувати на покупку.

Перш за все, буде створено сайт журналу «Портфоліо». Придбаємо рекламу у Google Ad Words та оптимізуємо SEO – просування за ключовими словами. На сайті будемо розміщати коротку інформацію про випуски та дозволятимемо попередній перегляд видання. Так, якщо читача зацікавить більш глибока інформація, то він матиме бажання замовити друковану версію видання. На сайті буде запитання про те, чи можна надсилати користувачу повідомлення про нові матеріали. Якщо особа дозволить це зробити, що журнал буде періодично нагадувати про себе таким чином.

Буде створено блог журналу у соціальних мережах. Сьогодні Інстаграм розвивається з неймовірною швидкістю, тому не скористатися цим інструментом просто неможливо. Будемо розміщати анонси статей, розповідати про те, як ми створюємо номер журналу, як відбувається пошук інформації та комунікація із

фотографами. Також будемо публікувати там ті фото, які будуть у друкованій версії журналу. Ми будемо залишати відмітки більш масштабних видань, не обов'язково саме тематики фото, а вони можуть робити репост на свої сторінки, тим самими безкоштовно просуваючи наше видання. Також буде задіяно таргетовану рекламу за вузькими цільовими аудиторіями та за глобальними. Наприклад, запускатимемо і на усіх поціновувачів фотографії, щоб охопити якомога більше людей, і на тих, хто б прочитав журнал через якусь визначену тему номера.

І на сайті, і на сторінці інстаграму буде розміщено інформацію про те, як молодим українським фотографам потрапити на шпальти видання. А саме: їм потрібно буде відмічати наш журнал на свої роботах у дописах стрічки та у сторіс, так ще більше людей дізнаються про журнал. А комусь з митців пощастить – і про нього також буде інформація у виданні. Усі будуть у вигаши. Для того, щоб журнал був упізнаваним у мережі, будуть залучені дизайнери, які створять фірмовий стиль сторінок. Адже візуальна складова грає визначну роль, бо спочатку людина купує очима.

На нашу користь гратимуть фотографи, яких буде представлено у журналі. У більшості з них є своя сформована аудиторія поціновувачів, тому людині було б цікаво розглядати та прочитати історії свого кумира. Також методом залучення буде реклама на сторінках цих фотографів. Вони з великою вірогідністю опублікують на свої сторінках, що їх було надруковано у журналі. Деякі з них це можуть зробити за власним бажанням, а деяким доведеться зробити фінансове заохочення.

Також гарною нагодою було б проводити конференції або вебінари (онлайн та офлайн) за темою номеру журналу. Це допоможе розповісти про видання і заохотити слухачів до його придбання. Тим не менше, до побудови таких виступів має бути відповідальне ставлення, оскільки це працює на репутіцію видання. Не можна допустити інфоциганства. Лише унікальні факти та нові знання – це буде інструментом створення ком'юніті «Портфоліо».

Перед випуском номеру можна надсилати преспакет медійним

особистостям, у якому буде описано журнал та особливості випуску. Це також буде ще одним інструментом залучення. Також їх ми можемо запрошувати у якості спікерів на конференції, про які було згадано вище. Таким чином, журналом зацікавиться ще й їх аудиторія, а якийсь її відсоток стане нашими новими покупцями.

«Портфоліо» – журнал соціально-мистецького спрямування, тому буде великою перевагою надсилати відсоток з продажів на благодійність. У першому випуску це будуть кошти на потреби військових. Це залучить небайдужих громадян зробити внесок на армію, але тим самим принести користь і собі. Також рекламувати своє видання можна через інші друковані засоби масової інформації або онлайн-видання. Для «Портфоліо» це можуть бути, наприклад, «The Ukrainians», «Reporters», «Kripak», «Wonderzine». Ми у свою чергу можемо рекламувати їх у себе на сайті або у друкованому номері. На початковому етапі не розглядаємо рекламу на телебаченні, оскільки це потребує значних вкладень. Натомість можна домовлятися про рекламу із тематичними проєктами на ютубі та онлайн-школами фотографії, яким було б корисно видання.

Рекламна кампанія має бути створена за підтримки маркетологів та спеціалістів з PR. Краще вкласти кошти в їхній досвід та навички, аніж зробити усе самостійно та не мати значного успіху. Такі фахівці зможуть прискорити розвиток видання та популяризувати його серед мас. До того ж, навіть молоді спеціалісти вже мають власне коло зв'язків, які б допомогли виданню стати на ноги та просували його. Можна залучити амбасадорів – осіб, які б представляли наш журнал, так званих послів бренду. Це будуть авторитетні люди для нашої цільової аудиторії, які будуть висвітлювати видання, його цінності та ідеї. Кожен випуск журналу їм буде надаватися безкоштовно.

Прибуток у видання буде після того, як у нього багато вкласти. Тому скоріш за все у журналу мають бути спонсори, які підтримають ідею і повірять у неї. За інших умов видання не зможе довго існувати. Щоб заробляти кошти на своє ж просування та на оплату праці, журнали публікують рекламу на своїх шпальтах. У «Портфоліо» буде невеликий відсоток реклами, переважно

тематичної: фотоконкурси, фотовиставки, фотокурси тощо. Також це може бути реклама українських брендів, оскільки мета журналу – популяризувати українське. Як було згадано вище, може бути також розміщено рекламу інших друкованих видань. Крім цього, ми можемо публікувати рекламу молодіжних організацій та благодійних фондів, у залежності від теми номеру. Проте потрібно пам'ятати, що реклама у виданні має бути актуальною для читача і приносити дохід. Це спонукатиме замовника повернутися і замовити рекламу ще раз. Таким чином буде напрацьовано власну базу, яка допомагатиме створити фінансову підтримку видання.

Отже, для того, щоб просувати видання, потрібно мати чіткий план дій. Було визначено актуальні методи просування для молодого видання, серед яких – сайт, інстаграм-блоги, конференції тощо. Реклама – важливий, але дорогий інструмент, тому видання повинно не лише рекламувати себе, а й бути рекламодавцем. Це буде основним джерелом доходу видання.

## **Висновки до розділу 2**

«Портфоліо» – це український незалежний соціально-мистецький журнал. Його слоган звучатиме так «Фотографія (для) небайдужих людей». У розділі було утверджено повну концепцію, дизайн видання, його художнє оформлення та особливості. Було описано тему першого випуску журналу та текстове наповнення. У виданні будуть представлені такі рубрики: «Що?Де?Як?», «Моя історія» та «Галерея».

Проаналізувавши цільову аудиторію видання, дійшли висновку, що потенційний покупець – це інтелігента та емпатична людина, віком 21+ із доходом вище середнього. Він (вона) цікавиться фотомистецтвом та культурою загалом. Читача видання хвилюють світові проблеми і теоретично він може займатися благодійністю. Загалом цільову аудиторію було визначено за географічними, поведінковими, соціально-демографічними, психологічними ознаками. Щодо технічних характеристик, то у журналі буде використано шрифт класу «Антиква» як основний, а сам текст буде займати менше чверті шпальти.

Основна увага буде приділена фотографіями, їх відбору та якості. Журнал виходитиме раз на три місяці із різними підтемами, частіше соціальними. За допомогою фотографії буде об'єднано людей за інтересами, висвітлено проблеми соціуму та презентовано митців фотомистецтва.

Журнал буде просуватися онлайн за допомогою сайту та соціальних мереж та офлайн за допомогою конференцій та вебінарів, реклами у друкованих медіа. Для цього слід залучити досвідчених PR-ників та маркетологів, щоб кампанія була успішною. «Портфоліо» і сам буде виступати рекламодавцем, публікуючи тематичні промоакції.

## ВИСНОВКИ

Аналіз та узагальнення результатів дослідження дає можливість зробити такі висновки:

1. Основними чинниками були: розвиток та популярність фотомистецтва, створення фотографічних організацій та гуртків, поява фотоперіодики та фотокурсів, потреба суспільства у візуальному супроводі. У період існування фотогуртків на ринку публіцистики з'являються журнали про фотографію: «Фото-Кіно», «Фотожурнал» (1924), «Фото для всіх» (1928–1930). Власне українська фотографія припинила існувати, коли було проголошено Радянський союз. Уся журналістика стала політично заангажованою, а фотографія була інструментом пропаганди та ідеологічного впливу. Першим українським фаховим журналом про фотографію був «Світло й тінь» (1933–1939). Він містив поради для фотографів, описи техніки, знімки митців того часу. А основною його метою була підтримка українського мистецтва та культури.

Було розглянуто використання фотографії у таких виданнях як «Знання», «Огонёк», «Советское фото», «Фронтowa ілюстрація». Також було досліджено діяльність фотографки УРСР Ірини Пап, її вплив на фотографії та опрацьовано деякі її мистецькі надбання. Впродовж століть фотографія трансформувалася під потреби суспільства, а наприкінці ХХ ст. поступово почала витісняти текст і бути самостійною одиницею.

2. У ході дослідження з'ясовано що фотографія має вирішальну естетичну та документальну функції. Без ілюстративного наповнення шпальти періодичних видань були б нудними та не цікавими. Фотографії використовують для того, щоб вивести читача на потрібну емоцію щодо події, яка відбулася. Кадри – це підтвердження факту, який відбувався, вони слугують оздобленням тексту. За допомогою фотографії, читач має змогу відтворити картинку у своїй голові та створити логічний ланцюжок подій. Знімки допомагають оперативно ділитися



інформацією та часто є самодостатніми, не потребують додаткових пояснень.

3. Було визначено, що фотографія має свою систему жанрів. Описано такі: репортаж, портрет, пейзаж, соціальна фотографія та модна фотографія. Методом аналізу журнальних видань, а саме «L'Officiel Україна», міжнародний журнал «Elle», «Vogue», «Harper`s Bazaar», «The Guardian», «Mirror», «La Boussole» «Ukraïner.Країна зсередини», «National Geographic», описано приналежність жанру фотографії до журналістського тексту; з'ясовано, як доречно їх використовувати у композиції на сторінках періодики. Описано, які особливості має кожний із типів фотографії, як емоційно та естетично вони впливають на читача. Досліджено, як автор фотографії може закладати сенс у фото, і як змінюється кадр від суб'єктивного ставлення фотографа. Жанри фотографії використовують відповідно до тематики видання та контексту журналістського матеріалу.

4. Розглянуто журнали про фотографію та перспективи їх розвитку. Серед яких українські «Saliut» та «Bird In Flight», зарубіжні «Black and White Magazine» та «Outdoor photography». За допомогою них відокремлено особливості журналів про фотографію та їх тематичне спрямування. Вони можуть бути для любителів, для професіоналів, для естетів і просто для поціновувачів мистецтва. Відповідно до їх змісту створюють тематичне наповнення. У деяких журналах висвітлено більше навчальних та технічних аспектів фотосправи, а у деяких тексту майже немає, натомість усю увагу приділено мистецьким надбанням.

У ході дослідження з'ясовано, що українських журналів про фотографію критично мало, незважаючи на стрімкий розвиток фотомистецтва. Зроблено висновок, що фотоперіодика потрібна на вітчизняному ринку, оскільки її відсутність знецінює українську фотокультуру.

5. Розроблено макет власного журналу про фотографію «Портфоліо». Визначено його цілі:

- показати, що за будь-яким проявом творчості стоїть її митець;
- розповідати українцям про події у світі за допомогою фотографії, і так само розповідати світу про українців;

- об'єднувати людей за допомогою фотографії;
- популяризувати українське фотомистецтво.

Назви його журнальних рубрик «Що? Де? Як?», «Моя історія» та «Галерея» можна підлаштовувати під будь-яку тему фотографії. Було визначено, що підтемою першого випуску журналу буде російсько-українська війна, оскільки преса не може залишитися байдужою до тих подій, які відбуваються у країні. Періодичність виходу видання – раз у три місяці. У цей термін редакція встигне знайти та обробити необхідні для номера матеріали. Був відповідальний підхід до дизайну видання, його композиції, гарнітуру, кольорів та візуального оформлення загалом. Основними кольорами видання стали чорний та білий, а також допоміжний червоний у першому номері видання. Тираж буде 1500 примірників. Формат журналу – А4 із цупкою, приємною на дотик обкладинкою. Співвідношення фотографій і тексту буде приблизно 6:1. «Портфоліо» не буде містити технічних освітніх статей, скоріше ознайомчі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ворон Н. Эволюция журнальной фотоиллюстрации. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. 2008. №2. С. 39–51.
2. Горевалов С., Зикун Н. Фотографія й становлення фотосправи в Україні: історія та сучасність (до 180-річчя фотографії). *Наукові записки інституту журналістики*. 2020 Т. 1(76). С. 53–65.
3. Горевалов С. І. Фотокореспонденти й документальна фотографія періоду Другої світової війни (до 70-річчя Великої Перемоги). *Наукові записки Інституту журналістики*. Т. 54, січ. - берез. 2014. С. 192–195.
4. Заїка Н. Фотографія у газеті: елемент оформлення чи самостійна журналістська робота. Кваліфікаційна робота на здобуття академічного звання магістра журналістики. Національний університет Києво-Могилянська академія. Київ, 2008. 79 с.
5. Ковалева Л. Место и роль фотоизображений в современных методах передачи информации. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2017. №. 3. С.193–197.
6. Максимович М. Сучасна фотожурналістика: проблеми, виклики, перспективи. *Вісник Національного університету Львівська політехніка. Серія: Журналістські науки*. 2019. №. 4. С. 29–36.
7. Максимович М. Фоторепортаж у царині сучасної зображальної журналістики. *Вісник Національного університету Львівська політехніка. Серія: Журналістські науки*. 2020. №. 4. С. 68–74.
8. Орлик О. Журнальні видання 20-30-х років ХХ століття як джерело дослідження видавничої справи в Україні. *Вісник Книжкової палати*. 2009. №. 6. С. 37–40.

9. Осадчий В. Розвиток фотографічної справи в Кременчуці (кінець ХІХ – початок ХХ століття). *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. №37. С. 80–86.
10. Пилип'юк В. Художня фотографія у системі засобів масової комунікації. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2014. №39. С. 164–172.
11. Рудий Г. Газетна періодика УРСР 1950-х років: особливості формування, функціонування, контент. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 48. С. 645–666.
12. Світло й Тінь. 1991. № 1. С. 3–6.
13. Середа О. Юліан Дорош як популяризатор українського фотомистецтва та зачинатель кінематографічного руху на теренах Галичини міжвоєнного періоду. *Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства*. 2014. Вип. 4. С. 525–535.
14. Скуридина С., Шашурина Е. Fashion-фотографія як жанр модної журналістики. *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*. №. 4 (31). 2018. С. 85–91.
15. Современный социоэкономический словарь / за ред. Б. Райзберг. Москва: Инфра-М. 2009. 628 с.
16. Соколова К. Компонент «соціального» у сучасній журналістиці: соціальна журналістика. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2016. Т. 3(64), лип. – верес. С. 80-86.
17. Шевченко В. Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання. *Наукові записки Української академії друкарства. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. №. 2. С. 139–147.

### **Електронні ресурси**

18. Кондратьєва М. Як народжувалась фотографія? URL: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/yak-narodzhuvalas-fotografiya> (дата звернення: 27.04.2022).

19. Коротенко О. Значення кольорів у дизайні та маркетингу. URL: <https://bazilik.media/znachennia-koloriv-u-dyzajni-ta-marketynhu/> (дата звернення: 11.05.2022).
20. Лебедева К. «Світло й тінь» української фотографії. URL: <https://chytomo.com/ekzemplyary-xx/svitlo-j-tin-ukrainskoi-fotografii/> (дата звернення: 21.04.2022).
21. О журнале «Bird In Flight». URL: <https://birdinflight.com/ru/o-nas> 17 (дата звернення: 29.04.2022).
22. Портфоліо в професійній та в освітній діяльності людини. Компонування й оцінювання портфоліо. URL: <https://subject.com.ua/textbook/technology/11klas/16.html> (дата звернення: 09.05.2022).
23. Про що та для кого? Журнал *La Boussole*. <https://www.lbmag.org/> (дата звернення: 25.04.2022).
24. Самолінська С. Методи сегментації цільової аудиторії. URL: [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/19906/Samolinska\\_Metody\\_sehmentatsii.pdf?sequence=3](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/19906/Samolinska_Metody_sehmentatsii.pdf?sequence=3) (дата звернення: 08.05.2022).
25. Сидько Н. Слово жінкам: Яким буде 1-й номер журналу про українську фотографію Saliut Magazine. URL: <https://www.buro247.ua/culture/arts/salut-magazine-osnovi.html> (дата звернення: 01.05.2022).
26. Сімчук О. Ірина Пап – найвідоміша жінка-фотограф УРСР. URL: <https://amnesia.in.ua/iryna-pap> (дата звернення: 02.05.2022).
27. Сітнікова І. Модний бренд «надихнувся» фото львівського безпритульного Славіка у новій колекції. Але забув про це згадати. URL: <https://hromadske.ua/posts/modnij-brend-nadihnuvsya-foto-lvivskogo-bezpritulnogo-slavika-u-novij-kolekciyi-ale-zabuv-pro-ce-zgadati> (дата звернення: 07.05.2022).
28. Трачук О. Золотий вік української фотографії. URL: <http://primetour.ua/uk/company/articles/1.htm> 3 (дата звернення: 23.04.2022).
29. Філюк К. Романтика та пропаганда: чому австрійцям цікавий архів Ірини Пап. URL: <https://birdinflight.com/ru/vdohnovenie/critika/20190731-irina-pap-heimat.html> (дата звернення: 05.05.2022).

30. Чікель Ю. Сучасні тенденції розвитку соціальної фотографії. URL: [https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/student\\_nauka/2018-2019/zhurn\\_roboty/14.pdf](https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/student_nauka/2018-2019/zhurn_roboty/14.pdf) 13 (дата звернення: 24.04.2022).
31. Black and White Magazine. URL: <https://www.bandwmag.com/> (дата звернення: 28.04.2022).
32. Manuel Maria Bru Alosa. Presidente fundacion cronica. URL: <https://cronicablanca.org/author/manuelbru/> (дата звернення: 03.05.2022).
33. Outdoor photography magazine  
URL: <https://www.outdoorphotographymagazineo.uk/> (дата звернення: 07.05.2022).