

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра психології, політології та соціокультурних технологій

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри
психології, політології та
соціокультурних технологій

Андріана КОСТЕНКО
(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

(підпис)

_____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності,
Освітньо-професійної програми 028 Менеджмент соціокультурної діяльності
на тему: «Організація фешн-презентації «Art-fashion проєкт «Сонця»» на базі
приватної галереї «Арт-простір на Театральній»
Здобувачки групи КД – 01-2
Будьонної Вікторії Сергіївни

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело.

_____ (підпис)

Вікторія Будьонна
(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівники: доктор філософських наук, професор,
Бойко Ольга Петрівна

_____ (підпис)

викладач вищої категорії
Ганаза Ірина Володимирівна

_____ (підпис)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи здобувачки ступеня бакалавра менеджменту соціокультурної діяльності Будьонної В. С. на тему: «Організація фешн-презентації «Art-fashion проєкт «Сонця»» на базі приватної галереї «Арт-простір на Театральній».

Ключові слова: галерея, сучасна приватна галерея, фешн-презентація, арт-простір, дизайн-студія, мода.

Метою кваліфікаційної роботи є створення та організація презентації «Art-fashion проєкт «Сонця»» в приватній галереї «Арт-простір на Театральній».

У відповідності з метою дослідження, визначені його **завдання:**

1. Висвітлити поняттєво - термінологічний апарат дослідження.
2. Розкрити особливості діяльності приватних галерей.
3. Проаналізувати діяльність приватної галереї «Арт-простір на Театральній».
4. Описати етапи організації презентації проєкту «Art-fashion проєкт «Сонця»».
5. Розробити фешн-презентацію «Art-fashion проєкт «Сонця»».
6. Надати рекомендації щодо організації фешн-презентацій.

Об'єктом кваліфікаційного дослідження є діяльність сучасних приватних галерей.

Предметом кваліфікаційного дослідження є практичні складові організації фешн-презентації проєкту «Art-fashion проєкт «Сонця»» дизайн-студії «Art` moda» в приватній галереї «Арт-простір на Театральній».

Методи дослідження: теоретичні - аналіз наукової літератури, історичної ретроспективи, синтез, систематизація, узагальнення; емпіричні - спостереження, порівняльний, SWOT – аналіз.

Матеріали кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати менеджерами соціокультурної діяльності, науковими дослідниками, викладачами, підприємцями, smm спеціалістами та фахівцями, які проводять фешн-презентації.

Структура і обсяг кваліфікаційної роботи. Досягнення мети і поставлених завдань дослідження відображені у змісті роботи, який складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 55 сторінок (основний текст – 50 сторінок).

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНИХ ПРИВАТНИХ ГАЛЕРЕЙ.	7
1.1. Поняттєво-термінологічний апарат дослідження	7
1.2. Особливості діяльності сучасних приватних галерей	11
1.3. Аналіз діяльності приватної галереї «Арт - простір на Театральній»	21
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ПРОЄКТУ «ART – FASHION ПРОЄКТ «СОНЦЯ»» В ПРИВАТНІЙ ГАЛЕРЕЇ «АРТ – ПРОСТІР НА ТЕАТРАЛЬНІЙ»	28
2.1. Етапи організації презентації проєкту «Art – fashion проєкт «Сонця»»	28
2.2. Розробка фешн-презентації «Art-fashion проєкт «Сонця»»	40
2.3. Рекомендації щодо організації фешн-презентацій	43
Висновок до 2 розділу	44
ВИСНОВОК	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТОК	51

ВСТУП

У сучасному суспільстві один із напрямів дозвілля, а саме арт-простір, що спрямований на розкриття та розвиток здібностей молоді, продовжує активно розвиватися. Присутність такої платформи дає поштовх до нових досягнень, які можуть включати створення власної креативної справи, вдосконалення поетично-музичної творчості, реалізація авторських кінематографічних проєктів та втілення різних мистецьких робіт. Не новина, що багатьом творчим людям необхідна оцінка, яка є важливою для їхнього особистісного розвитку. Завдяки існуванню такого простору відкривається можливість для вільного розвитку потенціалу особистості.

Метою арт-простору є створення сприятливих умов для творчого самовираження та розвитку мистецьких навичок, а також для діалогу між митцями та аудиторією, що підсилює активну популяризацію сучасного мистецтва. Арт-простір також спрямований на підтримку художників, організацію виставок, майстер-класів та інших заходів, що заохочує в культурному обміні та збагаченні інформації в суспільстві. Крім того, він служить місцем пошуку натхнення та мотивації для людей з особливо чутливим внутрішнім світом, які потребують специфічних умов для самовираження в сучасному суспільстві.

Для самого ж суспільства арт-простір дає можливість познайомитися з новими особистостями, що є не лише цікавим аспектом повсякденного життя, але й важливою складовою для індивідуального розвитку та підтримки соціальних зв'язків між членами певних груп зі спільними інтересами. Ця взаємодія приносить нові ідеї, перспективи та можливості для людей у різних сферах діяльності. Знаходження правильних партнерів для подальшої колаборації може надати синергетичного ефекту.

Перебування в таких просторах є можливістю почути думки та враження, які виникли під час підготовки заходу, що може стати цікавим і захоплюючим досвідом. Він дозволяє отримати унікальну інсайтову інформацію про те, як відбувається підготовка до події, як взаємодіють

учасники та які емоції відчують учасники перед виступом. Зазвичай, «за кулісами» можна почути розмови між моделями, дизайнерами, стилістами, ведучими, а також відчути атмосферу піднесення, збудження та концентрації. При цьому можна дізнатися про тонкощі підготовки, такі як виправлення дефектів одягу, останні моменти змін в макіяжі та зачісці.

Мета дослідження: створення та організація фешн-презентації «Art-fashion проєкт «Сонця»» в приватній галереї «Арт-простір на Театральній».

Об'єкт дослідження: діяльність сучасних приватних галерей.

Предмет дослідження: практичні складові організації фешн-презентації проєкту «Art-fashion проєкт «Сонця»» дизайн-студії «Art`moda» в приватній галереї «Арт-простір на Театральній».

Завдання дослідження:

- 1) Висвітлити поняттєво - термінологічний апарат дослідження.
- 2) Розкрити особливості діяльності приватних галерей.
- 3) Проаналізувати діяльність приватної галереї «Арт-простір на Театральній».
- 4) Описати етапи організації презентації проєкту «Art-fashion проєкт «Сонця»».
- 5) Розробити фешн-презентацію «Art-fashion проєкт «Сонця»».
- 6) Надати рекомендації щодо організації фешн-презентацій.

Методи дослідження: теоретичні - аналіз наукової літератури, історичної ретроспективи, синтез, систематизація, узагальнення; емпіричні - спостереження, порівняльна, SWOT-аналіз.

Структура і обсяг кваліфікаційної роботи. Досягнення мети і поставлених завдань дослідження відображені у змісті роботи, який складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 55 сторінок (основний текст – 50 сторінок).

РОЗДІЛ І. ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНИХ ПРИВАТНИХ ГАЛЕРЕЙ.

1.1. Поняттєво-термінологічний апарат дослідження

Галерея відіграє ключову роль у сучасній мистецькій індустрії, збираючи публіку, митців та колекціонерів на своїх виставках та подіях. Вони є місцями, де відбувається не лише продаж та покупка мистецьких творів, а й активний діалог та обмін ідеями між всіма учасниками мистецького середовища. Такі установи допомагають знаходити нові таланти, підтримують розвиток молодих митців і відкривають їхні роботи широкій публіці. Крім того, галереї допомагають зберігати і просувати культурну спадщину, організовуючи виставки та роблячи доступними твори мистецтва для огляду та дослідження.

Саме поняття «галерея» означає виставкове приміщення або організація, що спеціалізується на демонстрації та продажу мистецьких творів [6]. Галерея виступає як посередник, представляючи, підтримуючи та розповсюджуючи роботи митців за їхніми запитами. Хоча більшість галерей працює за приблизно однаковою схемою та організацією, але існують різні типи, які використовують різні підходи та процедури. До них відносяться:

— Галерея-магазин – це заклад, який поєднує у собі функції виставкового простору для представлення та продажу мистецьких творів і товарів, таких як картини, скульптури, ремісничі вироби, прикраси та інше. Вона дозволяє митцям та художникам представляти свої роботи широкій аудиторії, а покупцям – обирати та придбати мистецькі вироби, які привернули їх увагу. Такі галереї можуть мати комерційну спрямованість, але в той же час вони служать інтересам культурного співтовариства, сприяючи розвитку мистецтва та культурного обміну;

— Галерея-виставкова зала – це заклад, який призначений переважно для проведення виставок та виставкових заходів. У таких галерей зазвичай експонуються картини, скульптури, фотографії та інші види

мистецтва. Її основна функція - сприяти популяризації та розвитку мистецтва, а також створення платформи для спілкування між художниками, кураторами, критиками та глядачами. У порівнянні з комерційними галереями, галереї - виставкові зали частіше мають некомерційну спрямованість і можуть бути підтримуваними державою, музеями або приватними фондами;

— Галерея, що поєднує магазин і виставкову залу - це заклад, який комбінує функції виставкового приміщення та магазину. У такій галереї можна не лише оглянути виставлені там твори мистецтва, а й придбати їх. Це може бути корисно для художників, які мають можливість виставити свої роботи та залучити нових клієнтів. Також це створює можливість для публіки не лише оцінити творчість, а й придбати те, що їм сподобалося, без необхідності шукати інший магазин або арт-галерею.

Галерейна діяльність є специфічним соціокультурним середовищем, де завдяки унікальності створюється потрібна атмосфера для процвітання мистецтва, перспектива молодим митцям на платформі арт-ринку й історичний внесок у культурну динаміку суспільства. Сама діяльність вважається недостатньо дослідженою через утиск владою в радянські часи, тому мало хто більш детально приділяв увагу їй в масштабній розробці. Слід відзначити, що різниця між класичним музеєм і галереєю полягає в підході до модернізації, фінансування, ролі в збереженні та підтримці духовної цінності творів митців. Це може сприяти розвитку в людині естетичного смаку та формуванню поваги до митця, його творчої концепції [10].

У своїй статті «Мистецькі галереї та центри в умовах сучасного арт - ринку» Захарова О.А. відзначає, що мистецькі галереї та центри стають важливими складовими арт-ринку, що сам становить значний сектор у глобальній економіці та має значний вплив на художнє життя суспільства. Це підтверджує важливість і роль мистецтва як чинника культурного та економічного розвитку, а також активну участь галерей у формуванні арт-сцени і впливі на мистецьке середовище загалом [9].

Дослідження В. Михальчука «Галерейна діяльність в системі художньої культури незалежної України» відіграє вагомий роль у вивченні та осмисленні розвитку галерейної сфери в Україні. У цій дисертації розглядаються особливості функціонування арт-галерей в контексті національної художньої культури та їх вплив на формування сучасного художнього простору України. Аналізуються як історичні аспекти розвитку галерейного мистецтва, так і сучасні тенденції, що визначають роль галерей у суспільстві. Дослідження допомагає краще зрозуміти значення галерей як центрів культурного життя та їх вплив на формування культурного простору країни з позицій культурології та мистецтвознавства [5].

На теперішній час сучасні галереї є не лише місцем виставок мистецтва, але й платформою для обміну ідеями, дискусій та культурних подій. Вони часто використовують новітні технології для взаємодії з відвідувачами та просування мистецтва. Терміни, такі як «куратор», «інсталяція», «концептуальне мистецтво», «перформанс», «фешн-презентація» та «арт-об'єкт» допомагають у розумінні діяльності галерей.

1. Куратор - особа, яка відповідає за планування та організацію виставок в галереї.
2. Інсталяція - художній об'єкт або композиція, створена спеціально для конкретного простору галереї.
3. Перформанс - живий виступ художника або групи художників, що може включати елементи театральності, танцю, музики, та інші форми виразності [6].
4. Фешн-презентація - це подія, під час якої дизайнер чи модний бренд представляє свою нову колекцію одягу або аксесуарів перед аудиторією.
5. Концептуальне мистецтво - мистецький напрям, який підкреслює ідеї та концепції, що лежать на основі твору, більше ніж його естетичні якості.
6. Арт-об'єкт - різноманітні форми мистецтва, включаючи скульптуру, живопис, фотографію та інші мистецькі твори.

7. Фешн-презентація – це процес ознайомлення слухачів (відвідувачів) з певною темою. Зазвичай це демонстрація, промова, з метою проінформувати чи переконати когось. Така презентація може містити такі компоненти:

- промова доповідача: те, що доповідач розповідає;
- слайди: те, що бачить аудиторія на екрані;
- роздаткові матеріали: те, що роздається кожному в аудиторії окремо, і містить деталі інформації що презентується.

Цим терміном ми надалі будемо користуватися в роботі.

Крім того, галереї активно використовують для просування мистецтва маркетингові стратегії та соціальні мережі, що є досить актуальним питанням на сучасному етапі. Але кожна діяльність сучасної галереї має свої особливості та специфіку.

Для більш глибокого аналізу діяльності будь-якої галереї можна брати до уваги такі критерії:

1. Інноваційність та експеримент. Виділення галерей, які активно працюють над експериментальними та інноваційними підходами до виставок та інтеракції з аудиторією.

2. Співпраця зі сучасними митцями. Акцент на співпрацю зі сучасними митцями та підтримку їхнього творчого розвитку.

3. Використання новітніх технологій. Виділення галерей, які активно використовують новітні технології для презентації та взаємодії з аудиторією.

4. Широкий спектр мистецьких форматів. Зосередження на різноманітних мистецьких форматах, таких як відеоарт, інсталяції, аудіо-візуальні твори тощо.

5. Інтерактивність та взаємодія з аудиторією. Орієнтація на створення інтерактивних просторів та програм, що стимулюють активну участь аудиторії.

6. Спрямованість на актуальні теми. Фокус на представленні та обговоренні актуальних тем, проблем та тенденцій у сучасному світі через мистецтво.

7. Культурна різноманітність та інклюзивність. Звернення до культурної різноманітності та підтримки інклюзивних підходів до мистецтва та культури.

8. Соціальна відповідальність та адвокація. Акцент на соціальну відповідальність, включаючи адвокацію за соціальні та політичні питання через мистецтво.

Ці критерії можна використовувати для аналізу діяльності як приватних так і державних (комунальних) галерей, що дасть можливість побачити напрями діяльності галерей, стратегію розвитку, маркетингові інструменти тощо.

1.2. Особливості діяльності сучасних приватних галерей

Традиційна галерейна діяльність комерційної спеціалізації почала відроджуватись в Україні з початку перебудови і до появи кооперативного руху. Галерейний рух на Сумщині розпочався на початку 1990- х років. Однією з перших стала галерея «АРТ'С», засновниками якої були чотири художники - А. Гідора, В. Шкарупа, Н. Негреба та М. Юденков. Директором галереї був В. Шкарупа, а А. Гідора – арт-директором. Політика такої галереї полягає в орієнтації на сучасне мистецтво, нові імена та художників у провінційному середовищі. Протягом восьми років своєї діяльності галерея провела численні цікаві заходи та виставки, які відзначалися високим рівнем організації та кураторської діяльності. До них можна віднести такі як: «Порцеляна Олександра і Оксани Міловзорових», «Малярство на склі» та ін. Багато персональних виставок виконувалися відомими художниками України та за її межами такими як С. Сергєєвим, Г. Миропольським, Н. Велигорською. Галерея спонсорувала деяких зі своїх меценатів до колекціонування творів мистецтва, що також є важливим завданням для подібних інституцій.

Крім цього, вона також визначалась наступними напрямками роботи як:

- «Художник очима художника».
- «Сучасне мистецтво у провінції».
- «Творчий симпозіум «Раку – кераміка».

Досвід та навички видавничої роботи у 1993 – 1997 роках забезпечили галеристам «АРТ' С» затребуваність у кількох видавничих проєктах, таких як каталог галереї «Айстра», каталог ювілейної виставки Ю. Олександрочкіна та В.Єрмоленка [3].

Шляхетна традиція меценатства спонукала в лютому 1993 р. Акціонерне Товариство СБТС в особі президента А. Сахно та генерального директора А. Шевлюги на створення корпоративної галереї «Айстра». Організатори галереї разом із куратором - поетом та художником Аллою Липницькою віддали перевагу авторами так званого незаангажованого мистецтва і тому були підстави.

Суми традиційно відрізнялися благодатним мистецьким середовищем, ментальністю, де є місце чуттєвості, емоційності, неквапливості. Місцева студія образотворчого мистецтва під керівництвом Миканора Онацького (1920 - 1930-і роки), Миколи Бончевського (1940 - 1960-і роки), Бориса Данченка (1960 - 1980-і роки) виховала чудові покоління художників і просто творчих людей з творчими людьми.

Каталог «Другий Київський художній ярмарок 20.06.95. - 26.06.95» знайомить нас із ще однією неофіційною галереєю з міста Суми – «Харитоненко та син». Художня галерея входила до багатоструктурної системи, заснованої 1994 р. і названої на честь сумських капіталістів - благодійників Івана та Павла Харитоненка. Директором її був Микола Маркович Чугай, куратором Людмила Федевич. Галерея «Харитоненко та син» поставила перед собою шляхетне завдання відродити традиції заступництва та меценатства, засновані сумчанами Харитоненком, Сухановим, Тещенком, Алчевськими та ін. Галерейна політика – відкриття нових імен, популяризація вже відкритих художників.

Тут логічно було б перейти до створення 1998 р. у стінах Української академії банківської справи галереї «Академічна». Ініціатором та керівником галереї став С. Побожій. Перші роки галерейна робота велася у стінах академічної бібліотеки. Своім завданням галерея «Академічна» поставила не лише можливість побачити твори з банківських колекцій чи галереї при банках, а й можливість для зустрічей з художниками, залучення до цінового механізму у галузі творів мистецтва, щоденної галерейної практики студентів [11, с. 92-96].

Сучасні приватні галереї відіграють важливу роль у розвитку мистецтва та культурного життя суспільства. Завдяки своїй незалежності та комерційній спрямованості, створюються умови, які формують унікальні передумови для підтримки творчих особистостей та активізації мистецького середовища. Порівняно з іншими галереями, які отримують державне або громадське фінансування, приватні галереї мають більшу автономію, що насамперед впливає на управління та фінансування. Це дозволяє їм вільно визначати свою художню програму, фінансові стратегії та маркетингові підходи без втручання ззовні.

Для досягнення розвитку приватних галерей зазвичай створюють різноманітні стратегії та підходи. Галереї активно використовують різноманітні маркетингові і рекламні стратегії для привертання уваги до виставок та робіт митців. Це може включати рекламу у мистецьких журналах, інтернет-рекламу, соціальні медіа кампанії, а також участь у мистецьких ярмарках та виставках.

Приватні галереї активно співпрацюють з колекціонерами та приватними покупцями, надаючи їм можливість огляду та придбання мистецьких творів. Вони можуть організовувати приватні перегляди або надавати консультації з вибору та інвестування у мистецтво. Деякі приватні галереї можуть організовувати аукціони або торги, де митці можуть продавати свої роботи колекціонерам та покупцям. Це дозволяє активізувати торгівлю мистецтвом та залучити нових клієнтів.

Однією з переваг приватних галерей є можливість швидко реагувати на зміни на мистецькому ринку та в арт-світі загалом. Водночас є тенденція на миттєве адаптування до нових форматів виставок та співпраці з новими митцями без бюрократичних перешкод. Варто зазначити, що приватні галереї зазвичай мають більшу свободу у виборі способів просування мистецтва та взаємодії з аудиторією. Вони можуть експериментувати з інноваційними маркетинговими стратегіями, використовувати соціальні мережі та інтернет-платформи для просування своїх виставок та арт-проектів. Однак, важливо також враховувати, що приватні галереї не завжди мають доступ до такого рівня ресурсів, як галереї з державною або громадською підтримкою. Тому їм часто доводиться раціонально використовувати свої бюджети та шукати інноваційні методи фінансування, щоб забезпечити свою діяльність і розвиток.

Обираючи співпрацю з митцями, керівники приватних галерей керуються при виборі виключно з власного інтересу, що демонструє їх гнучкість у роботі. Такий підхід допомагає визначити пріоритети та підходи до вибору митців для співпраці, а також у створенні виставкових програм, які в свою чергу відповідають їхній місії та цілям. Це дає можливість керувати своїми інтересами, а не заздальгідь встановленим державними вимогами.

Незалежність дає приватним галереям можливість бути більш адаптивними до змін на мистецькому ринку та швидше реагувати на творчі інновації митців. Вони можуть вільно експериментувати з новими форматами виставок, представляти молодих талановитих митців та впроваджувати сміливі та нетрадиційні ідеї. Приватні галереї підтримують розвиток особистих зв'язків з митцями, що сприяє колективному творчому процесу та створенню довготривалого партнерства. Крім, цього забезпечують митцям більшу свободу та підтримку в реалізації їхніх ідей та проектів.

Так, для підтвердження вище зазначеного, спираючись на критерії, які ми прописали в п. 1.1. здійснено порівняльний аналіз приватної галереї «Арт-простір на Театральній» та галереї мистецтв «Академічна». (Табл. 1.1.)

Таблиця 1.1.

Категорії	Арт-галерея «Арт-простір на Театральній»	Галерея мистецтв «Академічна»
Інноваційність та експеримент	Відзначається своєрідністю та оригінальністю в підході до відтворення та презентації мистецтва. Ця галерея вирізняється інноваційними методами демонстрації та експонування мистецьких творів, використанням новаторських концепцій та технологій для створення атмосфери творчого експерименту. Тут акцентується увага на оригінальних та відмінних від традиційних підходах до представлення мистецтва, що створює унікальний та захоплюючий досвід для відвідувачів. Арт - галерея «Арт – простір на Театральній» прагне бути не лише місцем виставок, а й майданчиком для творчого експерименту та взаємодії митців та глядачів.	Ця галерея славиться своєю унікальною атмосферою, що поєднує в собі сучасні тенденції мистецтва з традиційними цінностями. Вона активно пропагує взаємодію з сучасними художниками, сприяючи розвитку їхнього творчого потенціалу та популяризації їхньої творчості. Галерея відзначається високим рівнем організації виставок, які часто стають платформою для дискусій та інтелектуального обміну думками. Тут проводяться мистецькі заходи різного формату, від традиційних виставок до мультимедійних перформансів, що робить галерею цікавим місцем для відвідування як для шанувальників мистецтва, так і для широкої громадськості.
Співпраця зі сучасними митцями	Приватна галерея «Арт – простір на Театральній» є простором, що присвячений виставці та просуванню творів	Галерея підтримує тісні стосунки та співробітничает з Лебединським та Сумським художніми музеями,

	<p>сучасних митців. Галерея пропонує відвідувачам можливість ознайомитися з різноманітними творами сучасного мистецтва через проведення виставок. Також укладає угоди із сучасними художниками для представлення їхніх робіт у галереї. Така співпраця дозволяє відвідувачам насолоджуватися творчістю відомих і популярних митців, а також відкриває нові імена та творчі напрямки.</p>	<p>Будинком - музеєм А.П. Чехова в Сумах, центром сучасного мистецтва «Совіарт» в Києві, асоціацією артгалерей України, Сумською обласною організацією Національної спілки художників України. Співпраця зі сучасними митцями дозволяє галереї «Академічна» залишатися актуальною та привабливою для широкої аудиторії, пропонуючи цікаві та інноваційні твори мистецтва. Галерея має свою мистецьку колекцію, до якої входять твори живопису і графіки митців з України, Польщі, Хорватії та Швейцарії.</p>
<p>Використання новітніх технологій</p>	<p>Приватна галерея «Арт – простір на Театральній» активно використовує новітні технології для розвитку та просування мистецтва. Це може включати в себе використання цифрової платформи, а саме Facebook, Instagram для повідомлення актуальних заходів та майстер – класів. Також галерея може організувати інтерактивні виставки та проєкти, які включають в себе використання сучасних мультимедійних засобів.</p>	<p>Галерея не використовує новітні технології та немає в соціальних мережах, крім платформи СумДУ.</p>
<p>Широкий спектр</p>	<p>Пропонує широкий спектр мистецьких форматів, щоб</p>	<p>Галерейна робота проводиться з метою</p>

<p>мистецьких форматів</p>	<p>задовольнити різноманітні смаки та інтереси відвідувачів. Вона виставляє різноманітні види мистецтва, такі як живопис, скульптура, фотографія, відео - арт, інсталяції та інші форми виразності. Проводять організацію виставок і презентацій робіт художників, проведення майстер-класів, лекцій та інших культурних заходів.</p>	<p>підвищення естетичного виховання студентів та професорсько-викладацького складу, оволодіння практичними навичками у галузі арт - бізнесу, розуміння чинників, що впливають на оцінку творів образотворчого мистецтва. Робота галереї покликана допомагати студентам – майбутнім фахівцям орієнтуватися у сучасному мистецькому житті. Проводить організацію виставок і презентацій робіт художників, лекцій та інших культурних заходів. Основна форма роботи – виставкова діяльність.</p>
<p>Інтерактивність та взаємодія з аудиторією</p>	<p>Створюються виставки, де глядачі можуть взаємодіяти з мистецтвом, наприклад, шляхом розміщення інтерактивних інсталяцій, мультимедійних робіт або відкриття можливості для спілкування з авторами та організаторами. Також проводяться майстер - класи, де глядачі можуть навчитися новим мистецьким технікам або отримати більше інформації про представлені роботи. Активна присутність у соціальних мережах, де глядачі можуть обмінюватися враженнями від виставок, ділитися своїми думками та</p>	<p>Крім виставкової діяльності, галерея організовує. лекції, презентації та дискусії про різні аспекти сучасного мистецтва, його історію, теорію та сучасні тенденції. Під час дискусій кожен має можливість брати участь в обговоренні та вільно говорити власну думку.</p>

	отримувати оновлення про події в галереї.	
Спрямованість на актуальні теми	В першу чергу, галерея спирається на власні інтереси та одночасно пропонує сучасні напрямки роботи. Крім виставкової діяльності, проводить літературні вечори, що включає в собі благодійні внески на допомогу ЗСУ. На такі заходи приходять не тільки основна аудиторія, а й військова для покращення метального здоров'я.	Галерея проводить де-кілька виставок на рік.
Культурна різноманітність та інклюзивність	Галереї співпрацює з різними групами та організаціями, що, спрямовані на включення та підтримку різних культурних спільнот. Також розробляє заходи доступними для всіх шляхом розробки бар'єрів доступності, таких як доступність інформації про події, адаптовані екскурсії для людей з обмеженими можливостями та доступність усіх приміщень для відвідувачів з різними потребами.	Галерея представляє та підтримує творчість художників різних культур та етнічних груп, а також влаштовувати заходи та виставки, які відображають різні культурні та соціальні перспективи.
Соціальна відповідальність та адвокація	Арт - галерея підтримує та популяризує мистецтво, яке створюється з урахуванням соціальних проблем, а також мистецтво, що висвітлює соціальні та гуманітарні питання. Це може бути представлено через виставки, проекти арт - активізму та спільні заходи зі співпраці з	Галерея мистецтв «Академічна» активно сприяє соціальній відповідальності, організовуючи виставки та заходи, що висвітлюють важливі суспільні проблеми. Вона також займається адвокацією, підтримуючи митців, які піднімають

	неприбутковими організаціями та громадськими ініціативами. Арт - галерея використовує соціальну адвокацію для за справедливості та рівності можливостей в мистецтві, підтримуючи різноманітність та інклюзивність у представленні та визнанні талановитих митців з різних соціальних, етнічних та культурних груп, але при урахуванні власних інтересів.	важливі соціальні питання у своїй творчості.
--	--	--

Отже, можна зробити висновок, що приватні галереї більш мобільні, творчо самостійні, креативні тощо, і є достатньо важливими у сучасному мистецькому світі.

Також враховуючи різноманітну діяльність приватних галерей, слід розглянути також і можливі ризики і перспективи. (Табл. 1.2.)

Таблиця 1.2. SWOT-аналіз приватних галерей

Сильні сторони (Strengths): – Можливість швидко реагувати на зміни на мистецькому ринку та в арт-світі в цілому. – Унікальна кураторська програма та представлення високоякісних мистецьких робіт. – Ефективна маркетингова стратегія, яка привертає колекціонерів та цільову аудиторію. – Інноваційні підходи до виставок та культурних заходів.	Слабкі сторони (Weaknesses): – Обмежений бюджет для маркетингу та просування. – Недостатня присутність у соціальних медіа або неефективне використання цих каналів. – Відсутність зручного місця розташування або обмежений простір для виставок. – Недостатня привабливість для нових митців або обмежений доступ до високоякісних творів.
Можливості (Opportunities): – Розширення маркетингових зусиль і використання нових каналів	Загрози (Threats):

<p>зв'язку для залучення нової аудиторії.</p> <p>– Розвиток співпраці з місцевими та міжнародними мистецькими організаціями.</p> <p>– Збільшення популярності мистецьких заходів та виставок через інноваційні формати та концепції.</p>	<p>– Конкуренція з іншими приватними галереями та аукціонними будинками.</p> <p>– Економічна нестабільність або зміни у споживчому підході до мистецтва.</p> <p>– Технологічні зміни, які можуть змінити спосіб взаємодії з аудиторією або просування мистецтва.</p>
--	--

Отже, приватні галереї мають, з одного боку, більше можливостей та перспектив, та, в той же час, і певні ризики, які потрібно враховувати при організації і діяльності у кожному конкретному випадку.

На сьогодні в Сумах існує декілька приватних галерей, а саме:

1. BureauArt - займається організацією різноманітних виставок, проведенням пленерів і арт - заходів, а також продажем картин. Крім цього, проводяться різні майстер – класи, ярмарки. Має дитячу арт – студію та власну крафтову кав'ярню. Він знаходиться на вулиці Воскресенська, 6А.
(Рис. 1.1. та 1.2)



Рисунок 1.1. Логотип галереї BureauArt



Рисунок 1.2. Двір, де знаходиться BureauArt

2. Галерея «Наша» - основна діяльність зосереджена на продажу мистецьких творів, картин, скульптур та проводяться майстер – класи. Співпрацює з BureauArt та ГО «Цукр».

3. Галерея "академArt" - позиціонується як галерея актуального мистецтва. Зміст діяльності галереї полягає в організації виставок українських і зарубіжних художників та фотохудожників, митців сучасних видів мистецтва (таких як інсталяція, ленд-арт, перформанс, саунд, відео-арт тощо), проведенні творчих зустрічей та науково-популярних лекцій діячів мистецтва та культури, а також занять з учасниками Студії перформансу УАБС.

4. Галерея «Наша на Псільській» – є художнім осередком римсько-католицької парафії Благовіщення Пресвятої Діви Марії. Відкрита у 2012 році. Напрямок – класичне та сучасне мистецтво. З початку роботи галереї проведено більше 50 виставок живопису, скульптури, фотографії, документально-історичних експозицій. Розташована у підвальному приміщення храму за адресою м. Суми, вул. Псільська, 1.

Отже, незалежність приватних галерей від зовнішніх вимог дозволяє їм бути більш гнучкими та адаптивними до змін у мистецькій сфері, що часто приносить прогресивні пропозиції та можливості для розвитку інноваційного галерейного середовища.

1.3. Аналіз діяльності приватної галереї «Арт - простір на Театральній»

Культурний центр був заснований у червні 2021 року з метою створення унікального майданчика для презентації та популяризації сучасного мистецтва в серці міста. Його заснували за ініціативою Ірини Ганази, яка мріяла про власний простір, де могли б об'єднатися творчі особистості та реалізовувати свої творчі наміри широкому загалу. Сама галерея розташовувалася на вулиці Покровська, 5. Вивчаючи їхню діяльність, можна зауважити, що галерея охоплює різні напрямки, проте переважно зосереджується на галерейній роботі.

На логотипі виділяється червона буква «П», що є символом галереї та асоціюється з «порталом». (Рис. 1.1.) Біля входу можна побачити чорний квадрат на білому фоні з червоним трикутником всередині, який символізує стрілку, що вказує на субматичне рішення, тобто, рішення як провести свій час з відпочинком і це означає відвідати арт-простір. (Рис. 1.2.)



Рисунок . 1.1. «Арт-простір на Театральній»



Рисунок 1.2. Символіка «Арт-простору на Театральній»

До основних цілей, що окреслюють стратегічні напрямки розвитку галереї та визначають її соціокультурну роль у спільноті можна віднести:

1. Презентація сучасного мистецтва: Галерея прагне бути платформою для талановитих митців, щоб вони могли демонструвати свої напрацювання широкому загалу.

2. Сприяння культурному розвитку. Проводяться різноманітні мистецькі заходи, а саме тематичні лекції, дискусії та майстер-класи тощо, щоб підвищити культурний рівень та освіченість певної аудиторії.

3. Створення сприятливого середовища. Галерея прагне створити атмосферу відкритості та толерантності, де кожен відчуває себе вільним висловлювати свої ідеї та думки, а також має можливість спілкуватися та обмінюватися думками з іншими.

Платформа приватного арт-простору має можливість презентувати різні підходи та стилі в мистецтві. Останнім часом в галереї було представлено:

- 1) фотовиставки, соціальні проєкти;
- 2) ретроспективна виставка робіт - різьба по дереву на площині;
- 3) виставка гобеленів;
- 4) орігами та ін.

Але даний арт-простір необмежений представленими раніше заходами і відкритий для різноманітних пропозицій. Галерея долучається до різноманітних заходів таких як:

- 1) літературно-музичні вечори;
- 2) тематичні лекції;
- 3) кіноклуби;
- 4) фешн-презентації;
- 5) майстер-класи;
- 6) соціокультурні інтерактиви;
- 7) інтегровані мистецькі заходи.

Також, слід відмітити, що галерея має соціальні сторінки в Facebook та Instagram. Вони слугують для взаємодії з аудиторії, підвищення впізнаваності бренду та при можливості залучені нових клієнтів. Загалом соціальні сторінки використовують такий тип контексту як фото, відео та сторіс. Переважно зображення афіш, фото чи відео-звітів проведених заходів, а також анонси майбутніх проєктів (Рис. 1.3. та 1.4.).

Присутність в соціальних мережах дає можливість аудиторії знати, слідкувати за діяльністю галереї, бути в курсі майбутніх заходів. І що важливо, присутність в інтернет-просторі дає можливість для розширення аудиторії, залучення нових зацікавлених осіб, а також майбутніх поціновувачі мистецтва.

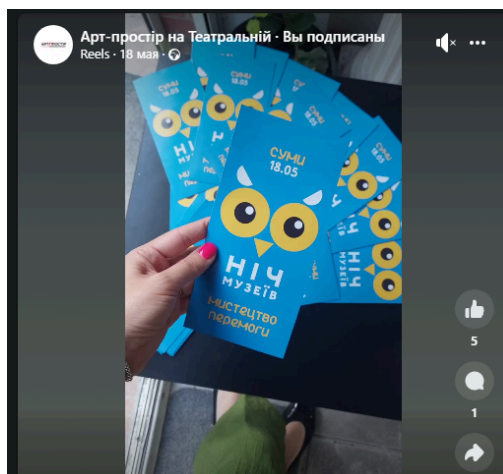


Рисунок 1.3. Один із постів Facebook – сторінки арт-простору щодо заходів на «Ніч музеїв»

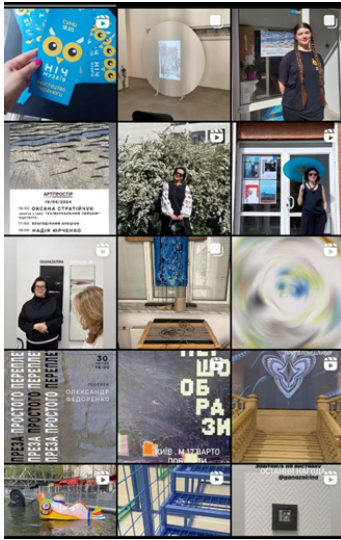


Рисунок 1.4. Instagram-сторінка арт-простору

На сучасному етапі арт-галерея одна із не багатьох продовжує займатися культурно-виставковою діяльністю в складні часи повномасштабної війни. Наприклад, в цьому році під час заходу «Ніч музеїв» проходила виставка Оксани Стратійчук. Вона вважається незаперечним майстром офорту- техніки складної та примхливої, пластичні можливості якої необмежені у варіативності професійного комбінування та, зрештою, у виразності графічних відбитків. Більш того, також треба виділити, що вона використовує такий прийом як модульний дискурс. Сенса такого мистецтва полягає в тому, що є присутність повторюваності того самого сюжету декілька разів у межах однієї композиції. До прикладів робіт можна віднести:

- 1) «Море I», «Море II», Море III»;
- 2) «Меандр»;
- 3) «Три дні одного року. Пора тюльпанів» та ін.

Після виставки Оксани Стратійчук відбувалася презентація книги Ганни Гідори «Ганна Гідора Живопис. Лендарт», яка пов'язана з проектом симпозиума «Простір покордоння». Симпозиум «Простір покордоння» існує з 1997 року, який взяв на себе завдання: «створювати мистецьку лабораторію у відкритому просторі без інституційних чи ринкових обмежень в селі

Могриця», що знаходиться в Сумській області [12]. Симпозіум став ключовою платформою для формування тісної взаємодії мистецької спільноти з різних регіонів країни, а також залишався єдиною масштабною подією у сфері сучасного мистецтва в Сумському регіоні. До 2021 року митці активно працювали з доквіллям, втілюючи свої ідеї в ленд арт та міждисциплінарних проєктах. Від 24 лютого 2022 року ця практика стала неможливою через смертельну загрозу постійних обстрілів. Попри географію свого переміщення, спільнота, сформована могрицьким простором, продовжує мистецьку діяльність на безпечній території.

Після повномасштабного вторгнення росії в Україну з'явився проєкт «Внутрішньо переміщений ландшафт», який є міжнародним ленд-арт симпозіумом за підтримки Goethe-Institut Ukraine. Його метою є дослідити зміни ландшафту через вимушений досвід переміщення, сприйняття нового контексту доквілля, та його вплив на мистецьку діяльність і життя загалом.

11 та 26 листопада відбулася презентація лендарт-робіт 30 художників у містах: Суми, Харків, Львів та Київ. (Рис. 1.5.)



Рисунок 1.5. Афіша до проєкту «Внутрішньо переміщений ландшафт»

Презентація творів київської групи художників на території Національного центру «Український Дім» є відповіддю на обставини сьогодення. Проєкт надав змогу знову об'єднати митців доквілля у творчій взаємодії, наразі з урбаністичним, доволі безпечним та захищеним простором. Кожна робота – це відображення нового досвіду співіснування з навколишнім середовищем, одне з одним та з самим собою.

Під час кураторської екскурсії та перегляду відео робіт свої напрацювання презентували художники і художниці, а саме Катя Бучацька, Наталія Лісова, Віталій Кохан, Ганна Гідора, Антон Саєнко, Клеменс Пул, Ілля Новгородов, Марина Конєва, Юрій Єфанов, Єгор Анцигін. Чим довше митці взаємодіяли з урбаністичним простором, тим більше сумували за ландшафтом Могриці.

Поміж іншими видами діяльності, галерея проводить майстер-класи зі східного мистецтва, які можуть відбуватися як у приміщенні, так і на свіжому повітрі (пленер). Особливою частиною цих заходів є чайна церемонія, яка проводиться відповідно до традиційних правил. (Рис. 1.6.)



Рисунок 1.6. Перший пленер цієї весни

Багато творів відображають високий рівень професійності та творчого потенціалу митців. Це видно в їхній технічній вправності, оригінальності концепцій та емоційній виразності. Вони створюють цікаві та вражаючі роботи, які привертають увагу та викликають зацікавленість відвідувачів. Також треба позначити, що представлені роботи відрізняються своєю оригінальністю та новаторством. Виходячи за межі традиційних підходів до мистецтва, пропонують свіжий погляд на сучасні теми, ідеї та концепції. Ці твори можуть використовувати нестандартні матеріали, форми або техніки, щоб створити унікальні та захоплюючі враження.

Особливістю приватної галереї, зокрема «Арт-простір на Театральній» є можливість тимчасового надання в оренду приміщення для проведення приватних заходів (тематичні лекції, творчі зустрічі, фешн-презентації, літературні вечори і т.д.)

Переважно галерея запрошує митців виключно з власних інтересів. Цим також можна підкреслити різницю між івентами державних та приватних галерей. Тому для галереї не є важливим відома ця людина чи тільки почала власну кар'єру.

Як керівник галереї, Ірина Ганаза запрошує не лише місцевих митців, але й митців з інших міст України, а також міжнародних гостей. Вона прагне створити простір для культурного обміну та співпраці, де митці з різних куточків світу можуть взаємодіяти, надихатися та об'єднуватися навколо спільних ідей і проєктів.

Висновки до розділу 1

У першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто актуальність, мету та завдання дослідження. Для кращого розуміння теми, в підрозділі 1.1 вивчено поняттєво-термінологічний апарат, де зазначені основні терміни, такі як «галерея», «приватна галерея», «куратор», «інсталяція», «концептуальне мистецтво», «перформанс», «фешн-презентація» та «арт-об'єкт».

В підрозділі 1.2 було розглянуто особливості діяльності сучасних приватних галерей, визначено їх роль у суспільстві, розглянуто сучасні стратегії для просування галерей, за допомогою SWOT-аналізу з'ясовано переваги та недоліки приватних галерей.

У підрозділі 1.3 проаналізовано діяльність приватної галереї «Арт-простір на Театральній», включаючи її місцезнаходження та логотип; основні цілі та значення у соціокультурній діяльності; напрямки та стилі, в яких працює галерея; формати заходів, які проводить «Арт-простір на Театральній», окрім галерейної діяльності.

РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ПРОЄКТУ «ART – FASHION ПРОЄКТ «СОНЦЯ»» В ПРИВАТНІЙ ГАЛЕРЕЇ «АРТ – ПРОСТІР НА ТЕАТРАЛЬНІЙ»

2.1. Етапи організації презентації проєкту «Art–fashion проєкт «Сонця»»

Дизайн-студія «ART`ель moda» була заснована у 1999 році при Сумській Класичній гімназії, але з 2010 року стала частиною Сумського обласного центру позашкільної освіти та роботи з талановитою молоддю, директором якої є Тихенко Лариса Володимирівна.

Засновницею та постійним керівником студії є Лариса Ванєєва. (Рис. 2.2) У своєму проєкті вона об'єднала творчу майстерність з розробкою та шиттям авторських колекцій одягу, а також театр моди як стиль презентації колекцій на подіумі. Створення студії було спробою, в основу якої є пошук, навчання, розвиток, підтримка та об'єднання молодих талантів, які мають бажання проявити себе у світі моди.



Рисунок 2.2. Засновниця дизайн-студії «ART`ель moda», Лариса Ванєєва

Однією з особливостей цього проєкту є те, що учасники студії навчаються не тільки демонструвати одяг на сцені, але й самостійно

створювати та виготовляти його власноруч. Практично всі колекції та сценічні постановки розроблені викладачами, учасниками та випускниками студії.

Протягом двадцяти п'яти років творчих досліджень було втілено безліч цікавих ідей, розроблено та удосконалено програму та методику роботи студії, сформовано власний стиль у створенні колекцій моделей та їх презентації у сценічних показах.

У цій студії займаються діти та молодь у віці від 6 до 18 років. Програма студії розроблена таким чином, що кожен учасник активно бере участь у всіх етапах створення моделі та її демонстрації на подіумі. Це справжня школа моди, де молоді моделі та дизайнери отримують комплексний розвиток, працюючи в майстернях над створенням одягу, в хореографічних залах та фото - класах – над постановкою, пластикою та ходою, а на уроках стилістики – над створенням індивідуального образу та стилю. У 2020 році в студії було створено окремий напрямок – «Дизайн одягу» для дітей різного віку, які мріють про професію модельєра.

«ART`ель moda» працює в стилі арт, про – арт, де – люкс, фольк, кежуал, де кожен елемент має свій власний художній зміст. Але арт – на першому місці, бо це – втілення мистецтва в моду та постійний творчий пошук форм та смислів, якому не має меж. Колекції студії – це оригінальні творчі роботи дизайнерів-початківців, студентів-модельєрів та професіоналів, у яких костюм розглядається не як предмет повсякденного користування, а як художній об'єкт, прояв фантазії художника, його індивідуальності та обдарованості. Роботам притаманна тематична та композиційна цільність, яскравою індивідуальністю образів, сміливими поєднаннями кольорів та фактур матеріалів, а також авторською технікою у виготовленні аксесуарів та доповнень.

Починаючи з 2002 року, студія активно представляє себе на конкурсах та фестивалях театрів моди, молодих дизайнерів одягу та дитячо - молодіжної творчості. Крім того, вона часто виступає на концертах, мистецьких заходах,

шоу та благодійних акціях, бере участь у виставках та телепрограмах міста, регіону та України. Прикладом стали такі покази як:

1. На «III Відкритому двотуровому конкурсі – виставці вишиваного українського одягу та аксесуару» була презентована колекція «ВІЛЬНИЙ ПТАХ», її автором ескізів є Лариса Кохана, а ткацтвом займалася Олена Петровна [13].

2. В рамках сумської «НОЧІ МУЗЕЇВ», «ART'ель moda» презентувала свій проєкт «СУМИ В СТИЛІ ПЕТРО"!», де був не просто показ, а спогади реальної тодішньої моди [14].

3. Стильний проєкт від "ART'ель moda": Хустка - МОДНИЙ акцент [14].

4. Благодійний святковий проєкт «МОДНИЙ ВЕРТЕП» за участі Дизайнер – студії «ART'ель moda», студії «МАЛЬВА» та інших, де відбулася презентація одягу за мотивами українського етносу [16].

Також треба виділити, що студія є багаторазовим переможцем на різноманітних змаганнях всеукраїнського та міжнародного рівнях, а з 2005 року активно презентує свою творчість в країнах Європи. Вона вже відвідала декілька разів Польщу, двічі Італію, а також виступала у Франції, Угорщині, Австрії, Чехії та Іспанії. У портфоліо студії знаходяться знімки з 25 міст Європи, а також з двох найкращих дитячих парків – «Діснейленд» та «Гардаленд».

Команда «ART'ель moda» є активними учасниками соціальних ініціатив. Вихованці та їх батьки приділяють значну увагу благодійній діяльності студії, надаючи допомогу хворим дітям, людям з обмеженими можливостями та українським військовим з початку війни. Тема України завжди знаходиться у центрі уваги педагогів, дизайнерів та учасників студії, оскільки вона є важливим елементом виховання любові до Батьківщини та джерелом натхнення. При створенні ескізів дизайнери надихаються історією, культурою та народними традиціями України, які вони перетворюють на художні образи та костюми. Серед них особливо відзначаються такі колекції як «Вільний

птах» за мотивами всесвітньо відомих кралевецьких рушників, героїчна «Гетьманщина», присвячена темі козацтва, яскрава «Солоха», яка увібрала в себе риси костюмів різних регіонів України, етнічна «Лукава весна» з праслов'янськими коріннями наших пращурів, «Садок вишневий або Думи мої..» за поезією Тараса Шевченка та інші.

Останньою роботою колективу в українській тематиці стала колекція «СОНЦЯ», яка була створена за мотивами творчості сумської художниці Анни Гаранжі і приурочена до цієї виставки. Ця колекція студії, яка присвячена творчості України, увібрала в себе всі фарби заходу сонця в українському роздоллі. Відображення сонця, цього давнього символу вірувань наших предків та джерела життя на планеті стало основою декоративного рішення моделей. Це – гарячий червоний колір костюмів та малюнків тканин. І тут особливу увагу треба звернути на те, що колекція була відшита з авторських тканин, які були створені за ескізами сумської художниці Анни Гаранжі (Рис. 2.3.) на одеському підприємстві з виготовлення авторських тканин (Рис. 2.4.)

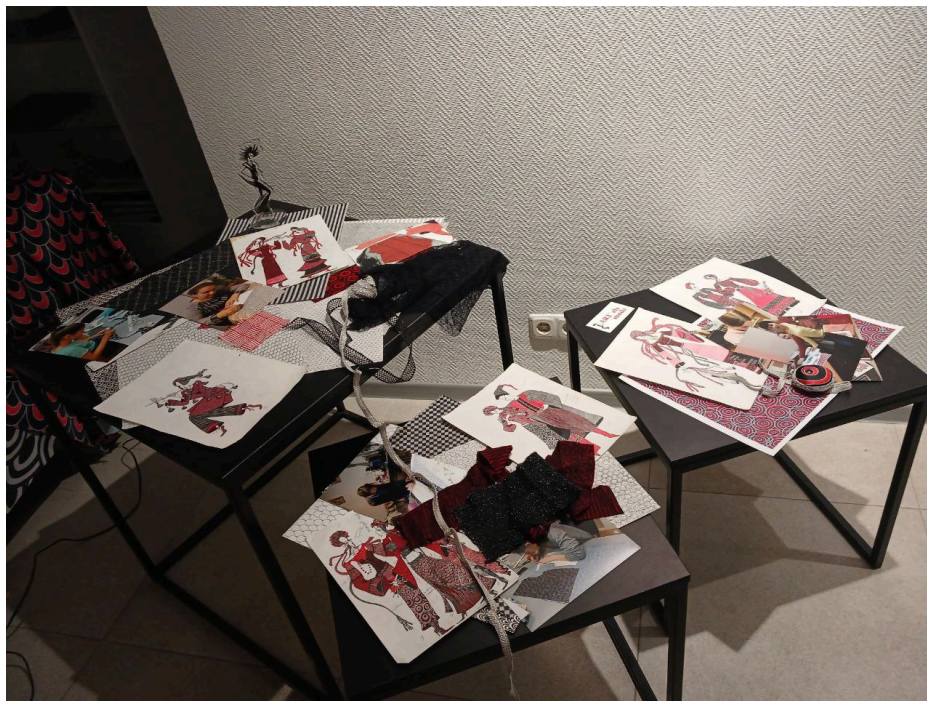


Рисунок. 2.3. Зразки авторських тканин, які були створені за ескізами Анни Гаранжі

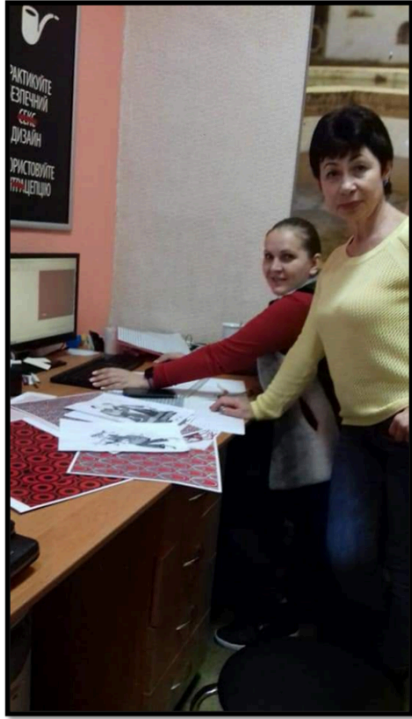


Рисунок 2.4. Розробка принтів до друку на тканинах

Проект «Art-Fashion проект «Сонця»» поєднує театралізоване шоу та моду, спрямовану на представлення колекції одягу, що втілює концепцію та креативну ідею за мотивами ескізів Анни Гаранжі.

Основною ідеєю «Art-Fashion проект «Сонця»» є закладений прадавній символ слов'ян - спіраль, як відображення сонця та вічного оновлення життя, що поєднано тонкою мереживною дугою та геометричними орнаментами. Геометричні орнаменти додають унікальності та магії образам, що підсилює загальний ефект та глибину символіки. Концепція відтіняється атмосферою креативності, відчуттям вільності та емоційною глибиною, яка переплітається з естетикою сучасного мистецтва.

Квіти для віночків – це теж авторська робота одеської майстрині Ірини Климик за ескізами Анни Гаранжі. (Рис. 2.5 та 2.6.)



Рисунок 2.5. Автор роботи квітів для вінка, Ірина Климик



Рисунок 2.6. Квітковий вінок з використанням матеріалу - скла

Усі ці складні моделі, а їх спочатку було 11 одиниць (як і усі жіночі костюми в інших колекціях студії) були відшиті юними дівчатами – моделями старшої групи «ART`ель moda».(Рис. 2.7.) Все це робиться в майстерні студії на заняттях з моделювання одягу спільно з педагогом Ларисою Олексіївною Ванеєвою.



Рисунок 2.7. Юні дівчата - моделі старшої групи «ART`ель moda»(зліва)

За розробку декору шкіряного чоловічого та жіночого взуття був відповідальний – Олег Гулик (Рис. 2.8 та 2.9)



Рисунок. 2.8. Приватний швець взуття Олег Гулик під час розробки чоловічого взуття для колекції «СОНЦЯ»



Рисунок 2.9. Приклад жіночого взуття для колекції «СОНЦЯ».

Колекція вже отримала Гран – прі на регіональному конкурсі «Зоряний шлях» в 2021 році, але дівчата готуються до поїздок на нові конкурси та фестивалі, всеукраїнські та міжнародні. Бо українська культура має стати впізнаваною в світі, тому її треба розвивати та просувати в самих різних сферах та напрямках. В мистецтві моди також.

Головна організаторка Лариса Ванеєва після показу колекції «Сонця» говорила: «Ми створили цю колекцію в 2021 році в дуже складних пандемічних умовах і в неї не склалось окремої статусної презентації як це прийнято в моді. Але на мій погляд, її час настав ось ЗАРАЗ! Коли я почула пісню «KOZAK SYSTEM» - «Українське сонце зійшло», я зрозуміла, що це реквієм – то написано про нас, як для нашого «СОНЦЯ»».(Рис. 2.10.)



Рисунок 2.10. Вступне слово Лариси Ванєєвої після показу колекції «СОНЦЯ».

«Того, що сяє серед чорних димних згарищ серед вибухів, серед гіркої печалі втрат та важких перемог. Але – сяє!» - доповнила організаторка.

Саму фотосесію на пагорбах Сумщини розробив Олександр Миколенко (Рис. 2.11. та 2.12.), що поставило останню крапку в роботі над проектом і презентує для сумчан свій проєкт як власну позицію «Українське сонце зійшло».



Рисунок 2.11. Приватний фотограф «ART`ель moda», Олександр Миколенко.



Рисунок 2.12. Процес зйомки Олександра Миколенка («за кулісами»)

Сама виставка присвячена тим, хто зараз боронить, а саме військовослужбовцям, які знаходяться на нулі.

Під час планування проєкту «Art-fashion проєкт «Сонця»» було враховано кожен детальний аспект: від вибору локації та декору до підбору моделей та музичного супроводу. Кожен етап організації був ретельно спланований з метою створення неповторної та захоплюючої події.

Перший крок у підготовці «Art-fashion проєкт «Сонця»» полягає в пошуку потенційних місць для проведення заходу з урахуванням їх розміру, атмосфери, доступності та стилю, який вони можуть підкреслити. Тому для організації обрали культурний центр «Арт-простір на Театральній».

Другий крок підготовки - створення концептуального декору, що будувався на основі тематики та ідеї «Art-Fashion проєкт «Сонця»». Кожний елемент декору був уважно підібраний для створення відповідної атмосфери та відображення концепції. Білий хол арт - простору виявився ідеальним фоном для фотовиставки, проте він виявився не просто місцем для показу фотографій. На його стінах з'явилися не лише зображення, а й елементи тканин, які використовувалися у колекції. Лаконічні та елегантні рамки вміло

вписувалися у загальний стиль, підкреслюючи важливість кожної деталі. Окрім цього, на манекені була представлена навіть частина одного з костюмів, що створювало цікавість і відчуття присутності живих моделей серед відвідувачів. Такий підхід до організації простору додавав глибини та реалізму події, а також дозволяв більш повно розкрити концепцію та ідею заходу. (Рис. 2.13. та 2.14.)



Рисунок 2.13. Демонстрація частин тканин, які використовувалися для створення колекції

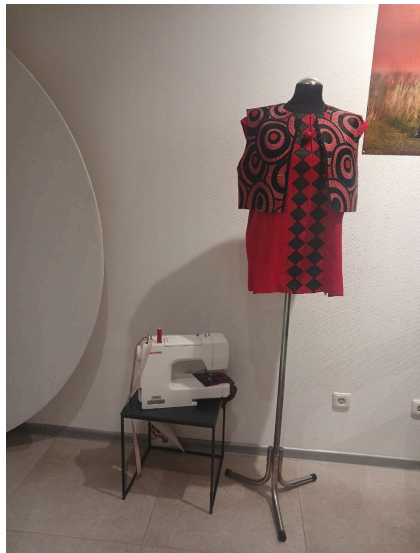


Рисунок 2.14. Манекен на якому була представлена частина одного з костюмів, що представлені на фешн-презентації «Сонця»

Третім кроком є розробка фешн-презентації, яка була безпосередньо здійснена мною (Рис. 2.15). Для проектування презентації у форматі Power Point були включені всі елементи фешн-презентації, а саме:

- знайомство з авторкою ескізів та показ по-етапного створення їх для одягу;
- знайомство з графічним дизайнером та показ розробки принтів до друку на тканинах;
- етапи шиття одягу та прикрас;
- знайомство з вишивальницею та показ її внеску в колекцію;
- знайомство з чоботарем та показ його внеску в колекції;
- фото-звіт конкурсу, демонстрування готової колекції;
- знайомство з фотографом та його фото-презентацією, показ процесу його роботи;
- заключні слайди включають фотографії, які оброблені для фешн-презентації та журналу.



Рисунок 2.15. Процес роботи під час презентації

Та останнім завданням до початку представлення проєкту «Art – fashion проєкт «Сонця»» постає рекламна кампанія для залучення аудиторії, а саме створення афіші та розширення її на соціальних платформах. (Рис. 2.16.)



Рисунок 2.16. Афіша проєкт «Art – fashion проєкт «Сонця»»

Для відчуття потрібної атмосфери в кінці заходу був продемонстрований живий показ колекції «СОНЦЯ» під фонову музику Kozak System під назвою «Українське сонце».

Показ «Art-Fashion проєкт «Сонця»» виявився успішним та отримав позитивні відгуки від гостей та учасників. Він відобразив концепцію та ідею проєкту, залучив увагу глядачів та партнерів та став важливою подією у сучасній модній індустрії.

2.2. Розробка фешн-презентації «Art-fashion проєкт «Сонця»».

Як зазначалося вище, в п. 1.1. фешн-презентація є процесом ознайомлення відвідувачів з певною темою, тобто з ідеєю, підготовкою, розробкою та представленням колекції «Art-fashion проєкт «Сонця»». Дана презентація включає безпосередньо демонстрацію слайдів, промову, з метою проінформувати відвідувачів щодо самої колекції.

Оформлення слайдшоту презентації колекції одягу є ретельною та тонкою роботою, яка вимагає значних зусиль для досягнення бажаного результату. Для проєктування презентації використовувався застосунок Power Point, який зручний у використанні та має безліч функцій, що підходить для такого завдання. Створення презентації складається з таких етапів:

- 1) вираховування всіх побажань замовника, оскільки саме вони визначають основні напрямки та ключові аспекти майбутньої роботи;
- 2) збір інформації, а саме знайомство з афішою, програмою, учасниками заходу;
- 3) здійснення ретельного сортування та обробки матеріалів, включаючи фото та відео. Цей етап включає відбір найбільш вдалих знімків, корекцію кольорів, обрізку кадрів та додавання ефектів для досягнення найкращої якості зображень;
- 4) підбір графічного стилю слайдів. Невдалий вибір дизайну може негативно вплинути на сприйняття заходу та знизити його значимість;
- 5) підбір фону афіші для урочистого представлення виставки; (Рис. 2.17)



Рисунок 2.17. Перший слайд фешн – презентації

- 6) підготовка інформаційних повідомлень; (Рис. 2.18)



Рисунок 2.18. Інформаційне повідомлення щодо проекту

- 7) підготовка загального показу колекції;
- 8) загальний показ колекції та коротке;
- 9) знайомство з авторкою ескізів та по-етапне створення їх;
- 10) знайомство з графічним дизайнером та розробками принтів для друку на тканинах;
- 11) збір фото етапів шиття одягу та прикрас;
- 12) знайомство з вишивальницею та збір фото – звіту її внесків у колекцію;
- 13) детальний розгляд декор одягу та прикраси, що були використані в колекції;
- 14) знайомство з чоботарем та його виробами для колекції;
- 15) збір фото – звітів з конкурсів, де демонструється готова колекція;
- 16) знайомство з фотографом та його фото - презентацією, показ процесу під час роботи;
- 17) пошук музики для фону під час показу колекції;
- 18) розширення реклами на соціальних платформах;
- 19) підготовка місця для заходу;
- 20) налаштування звуку та екрану на проекторі.

Після завершення створення презентації вона була показана замовнику, який її затвердив. Презентація була продемонстрована мною під час самого показу колекції в галереї «Арт-простір на Театральній» [16].

2.3. Рекомендації щодо організації фешн-презентацій

Створення ефективної та візуально привабливої презентації PowerPoint для фешн-презентації потребує ретельного планування та уваги до деталей. Нижче наведено рекомендації, які допоможуть у цьому процесі:

I. Підготовка — тут визначається мета створення ролика, його концепція, цільова аудиторія, які настрої повинен передавати матеріал. Також відбувається вибір локації, реквізиту, кількість камер, визначається інша техніка, яка необхідна для проведення зйомки. Сюди входить:

1. Визначення мети та аудиторії - перед початком роботи необхідно визначити основну мету презентації: чи це буде демонстрація нової колекції, презентація бренду або інше. Врахувати, хто буде вашою аудиторією: потенційні покупці, партнери, медіа тощо.

2. Вибір стилю та дизайну – необхідно вибрати певний стиль та кольорову гаму, які відповідають бренду та тематиці колекції. Потрібно використовувати шрифти, що легко читаються та доповнюють загальний стиль презентації.

II. Написання сценарію:

1. Розписати, які дії має виконувати модель.
2. Визначити певні спецефекти та як їх застосовувати.
3. Вибрати високоякісні зображення колекції, портрети дизайнерів, закулісні фото, тому що від цього залежить якість самої презентації та її сприйняття аудиторією, а також можливість її просування в подальшому в мережі.
4. Прорахувати послідовність та перехід між слайдами, який повинен бути плавним, тобто використовувати ефекти переходу. Також

потрібно переконатися, що зміст на слайдах подається у логічній послідовності.

5. Здійснити обов'язкову складову, а саме необхідно перевірити презентацію на різних пристроях, щоб забезпечити її коректне відображення. Здійснити репетицію презентації, щоб бути впевненим у її плавному та професійному проведенні.

6. Співпраця з ведучим щодо сигнальних знаків.

III. Постпродакшн.

1. Обробка готового матеріалу. Сюди входить монтаж ролика (зображення з різних ракурсів, введення елементів фотографії).

2. Корекція кольору, озвучення, накладення графічних ефектів.

IV. Подальша робота для просування виставки (показу мод) реалізується через просування фешн-презентації, а саме, можна використовувати її, як приклад, для розсилки на email пошту потенційним клієнтам, грантодавцям, спонсорам тощо.

V. Проводити маркетингову діяльність, тобто презентації потрібно використовувати як маркетинговий інструмент для більш впізнаваності бренду, колекції, галереї в цілому тощо.

VI. При розробці та підготовці фешн-презентації треба враховувати філософію, цінності, які сповідує замовник.

Ці рекомендації допоможуть створити професійну, привабливу та ефективну фешн-презентацію, і взагалі презентацію яка буде супроводом для будь-якого показу (фешн, мистецьких творів) і яка допоможе захопити увагу аудиторії та донести головні ідеї колекції, а отже вирішити поставлені задачі.

Висновок до 2 розділу

У підрозділі 2.1 проведено дослідження діяльності дизайн-студії «ART`ель moda», яка завдяки своїй стратегії та особливостям роботи сприяє залученню зацікавлених сторін і успішному функціонуванню. Розглянуто

створення колекції «Сонця» та представлена робота по організації виставки «Art-fashion проєкт «Сонця»» в приватній галереї «Арт-простір на Театральній».

В підрозділі 2.2. представлена безпосередньо робота по створенню фешн-презентації для показу «Art-fashion проєкт «Сонця»» в галереї.

В підрозділі 2.3. надані рекомендації для менеджерів соціокультурної діяльності та взагалі організаторів культурних заходів щодо створення презентацій як супровід для показу колекцій.

ВИСНОВОК

1. У ході дослідження теми «Організація фешн-презентації «Art-fashion проєкт «Сонця»» на базі приватної галереї «Арт-простір на Театральній» було розглянуто та уточнено поняттєво – термінологічний апарат. Було розглянуто та систематизовано основні терміни та поняття, пов'язані із діяльністю галерей, а саме: «галерея», «приватна галерея», «куратор», «інсталяція», «концептуальне мистецтво», «перфоманс», «арт-об'єкт», що забезпечило точність і чіткість використання термінології в роботі. Також було надано власне визначення поняття «фешн-презентація», яке використовувалося в роботі і пов'язане безпосередньо з самим заходом, який був представлений в сучасній приватній галереї «Арт-простір на Театральній».

Досліджуючи діяльність галерей було розглянуто типи галерей, а саме «галерея-магазин», «галерея-виставкова зала» та «галерея, що поєднує магазин і виставкову залу», що дало можливість для більш детального розуміння при дослідженні діяльності арт-простору. Для глибшого аналізу діяльності галерей були розроблені певні критерії, відповідно яким можна вивчати їх діяльність. Це дозволило уникнути неоднозначностей та підвищило загальний рівень наукової обґрунтованості дослідження.

2. Розглянуто особливості діяльності приватних галерей. Здійснено ретроспективний аналіз галерейного руху на Сумщині, який розпочався на початку 1990- х років. Розглянуто діяльність приватних галерей міста Суми, а саме від початку незалежності України до сьогодення. Дослідження включало спостереження за їх розвитком та розгляд особливостей діяльності кожної з них. До уваги брали такі приватні галереї як «АРТ'С», «Айстра», «Харитоненко та син», «Академічна», «BureauArt», «Наша», «АкадемArt» та «Наша на Псільській».

Відповідно розробленим критеріям для більш глибшого аналізу діяльності галерей було здійснено порівняльний аналіз галереї «Арт – простір на Театральній» та галереї мистецтв «Академічна». Це дозволило уникнути

неоднозначностей та підвищило загальний рівень наукової обґрунтованості дослідження.

За допомогою SWOT-аналізу розглянуто можливості і перспективи приватних галерей. І що важливо, розглянуто ризики в діяльності приватних галерей, що потрібно враховувати при створенні, організації та реалізації планів в діяльності приватних галерей.

3. Здійснено аналіз діяльності приватної галереї «Арт-простір на Театральній», що дозволив встановити її значний вплив на розвиток соціокультурного середовища міста. Галерея сприяє культурному збагаченню місцевої спільноти, підвищенню культурного рівня мешканців та формуванню позитивного іміджу міста як культурного центру. В діяльність галереї покладено унікальні та гнучкі стратегічні підходи, що сприяють досягненню консенсусу з митцями під час організації виставок, включаючи спільний пошук ідей та врахування авторських бачень, що допомагає створювати успішні та змістовні експозиції. Участь у різноманітних грантових програмах дозволяє галереї залучати додаткові фінансові та ресурсні можливості для розвитку своїх культурних проєктів, що сприяє реалізації масштабних та значущих проєктів, підтримуючи інновації та творчість. Керівник галереї «Арт-простір на Театральній» організовує широкий спектр заходів, включаючи виставки, майстер-класи, кураторські екскурсії та інші культурні події, що сприяє популяризації сучасного мистецтва та залученню різних категорій відвідувачів. Завдяки своїй ефективній діяльності та особливому підходу, галерея успішно залучає різні зацікавлені сторони, включаючи відвідувачів, митців, партнерів та спонсорів, що забезпечує стабільний розвиток та підтримку культурних ініціатив.

4. В частині практичного розділу, в п. 2.1 розглянуто діяльність дизайн-студії «Art`moda» та безпосередньо проєкт «Art-fashion проєкт «Сонця»», який був представлений в галереї «Арт-простір на Театральній». Практичне значення цієї роботи – це безпосередня участь в організації фешн-презентації. В дослідженні прописано необхідні складові (етапи) щодо

представлення даного проєкту, а саме, пошук потенційного місця для проведення показу колекції, в результаті чого було обрано приватну галерею «Арт – простір на Театральній»; підготовка приміщення, де буде проводитися захід, з додаванням декору, пов'язаного безпосередньо з показом колекції; розробка фешн-презентації; рекламна компанія.

5. В п. 2.2 відповідно розробленому нами поняттю «фешн-презентація» було представлено власний доробок – розроблена фешн-презентація «Art-fashion проєкт «Сонця»», де прописано важливість врахування певних етапів для успішної презентації та наведено детальний опис процесу розробки самої презентації.

Етапи створення презентації включають: врахування побажань замовника щодо презентації; сортування та обробку матеріалів для використання в презентації; підбір графічного стилю та фону для презентації; безпосередньо сам процес розробки презентації; її представлення. Кінцевий етап – демонстрація роботи замовнику, який повинен підтвердити, що отримав очікуваний результат.

6. Надано рекомендації щодо організації фешн-презентацій для менеджерів соціокультурної діяльності, організаторів фешн-презентацій, SMM спеціалістам та фахівцям, які проводять презентації такого роду для створення професійної, привабливої та ефективної презентації.

Ці рекомендації допоможуть створити професійну, привабливу та ефективну фешн-презентацію, і взагалі презентацію яка буде супроводом для будь-якого показу (фешн, мистецьких творів) і яка допоможе захопити увагу аудиторії та донести головні ідеї колекції, а отже вирішити поставлені задачі.

Завершуючи, варто зазначити, що успішна реалізація проєкту «Art – fashion проєкт «Сонця»» підкреслила важливість ретельної підготовки та координації на всіх етапах організації. Рекомендується і надалі використовувати ці стратегії для майбутніх проєктів, а також розширювати співпрацю з новими партнерами і платформами для більшого охоплення аудиторії та популяризації сучасного мистецтва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко О., Будьонна В. Приватні галереї у сучасному мистецькому просторі. XI Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів та викладачів. Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства. 25–26 квітня 2024 року Сумський державний університет.
2. Будьонна В. Особливості діяльності сучасних приватних галерей. Міжнародна науково-практична конференція. Київ, 2024.
3. Каталог галереї сучасного мистецтва «Айстра», виданий АТ «СБТС», 1994 р.
4. Мистецька колекція Сумського державного університету: альбом / автор вступної статті, укладач біографічних матеріалів і каталогу С. І. Побожій. Суми: Сумський державний університет, 2023. – 224 с. URL : <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/95012>
5. Михальчук В. В. «Інтерактивні форми діяльності художньої галереї в Україні в контексті CONTEMPORARY ART» https://otherreferats.allbest.ru/culture/01120760_0.html
6. Історія української культури : словник термінів і понять / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України»; [уклад. С. І. Побожій]. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 38 с.
7. Імена України. 100 митців / автор переднього слова, вступної статті, укладач біографічних і бібліографічних матеріалів, коментарів і каталогу С. І. Побожій. Суми: Університетська книга, 2020. – 236 с.
8. Імена України. 100 митців. ХХ століття / авт. перед. слова, вст. ст., укладач біографічних і бібліографічних матеріалів, коментарів і каталогу С. І. Побожій. Суми: Університетська книга, 2024. – 244 с.
9. Соціологічні науки Science Journals «Science Rise» № 3/1(3) 2014 стаття О. А. Захарова «Мистецькі галереї та центри в умовах сучасного арт - ринку», <https://cyberleninka.ru/article/n/mistetski-galereyi-ta-tsentri-v-umovah-suchasnogo-art-rinku/viewer>
10. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского, Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». Том 24 (65). 2013. № 3. С. 150 - 155 <https://cyberleninka.ru/article/n/art-galereya-yak-moderator-hudozhnogo-seredovischa-mista/viewer>
11. Художник у Провінції: матеріали міжнародної наукової конференції (24 – 25 вересня 2009 року, м. Суми) / за ред. Л.К. Федевич. – Суми: Університетська книга, 2009. – 196 с.»
12. Інформаційний ресурс <https://prostir-landart-mohrytsia.com.ua/about-mohrytsia/>
13. Інформаційний ресурс <https://www.facebook.com/groups/artelmoda/permalink/2531767690353019/>

14. Інформаційний ресурс <https://www.facebook.com/groups/artelmoda/permalink/2520267118169743/>

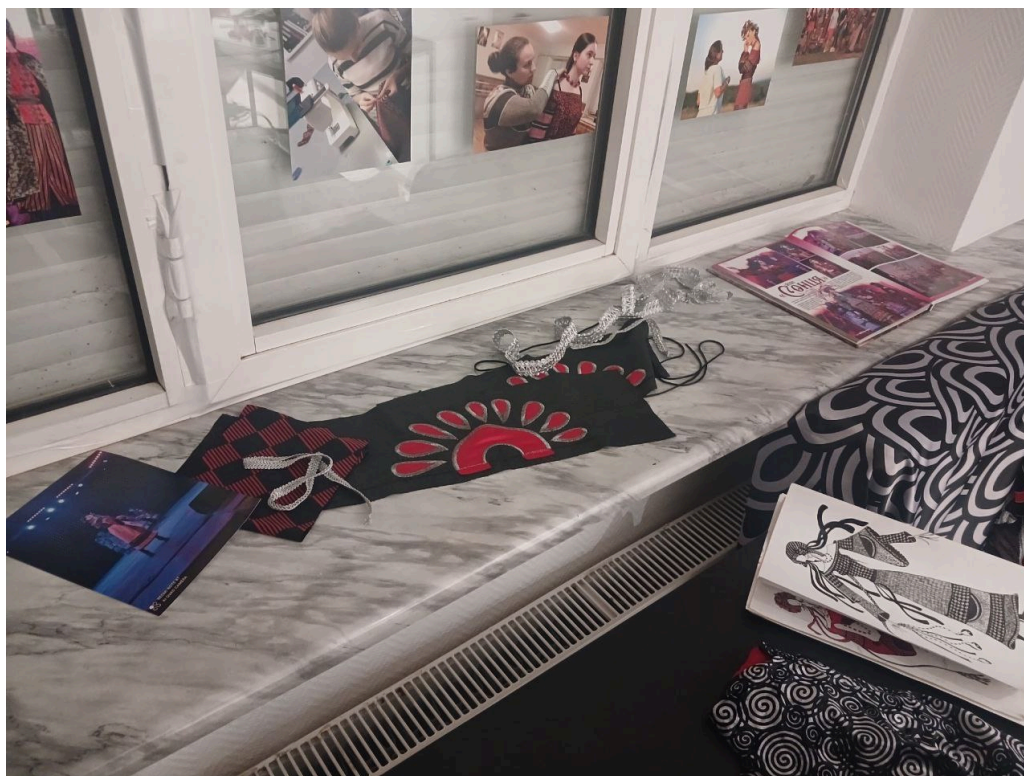
15. Інформаційний ресурс <https://www.instagram.com/reel/C2Mg4QaN08C>

16. Інформаційний ресурс <https://www.facebook.com/groups/artelmoda/permalink/2426211057575350/>

17. <https://docs.google.com/presentation/d/1KPDqztlmpiyt8uL9Lil-Dd0PGWS5G3L6XuRCuxw1rM/edit#slide=id.p1>

ДОДАТОК

Додаток А



Додаток Б



Додаток В



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
ФАКУЛЬТЕТУ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
ФАКУЛЬТЕТ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ І ШОУ-БІЗНЕСУ
КАФЕДРА ФЕШН ТА ШОУ-БІЗНЕСУ

КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ім. М. ОСТРОГРАДСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СЕРТИФІКАТ

НМ № 70/2024
21.03.2024

Цей сертифікат засвідчує, що

ВІКТОРІЯ БУДЬОННА

був (ла) учасником

VIII Всеукраїнської науково-методичної конференції
«Формування сучасної парадигми
менеджмент-освіти у соціокультурній сфері»,
який проходив у місті Києві
20-21 березня 2024 року

18 годин участі 0,6 кредитів ECTS

Голова організаційного комітету
професор

Завідувач кафедри фешн-менеджменту та шоу-бізнесу
професор

Відповідальний секретар



Я. М. Мартинишин

О. С. Хлистун

О. П. Крупа

Київ 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ФЕШН ТА ШОУ-БІЗНЕСУ

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ім. М. ОСТРОГРАДСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СЕРТИФІКАТ

КСМ № 63/2024
10.05.2024

Цей сертифікат засвідчує, що

ВІКТОРІЯ БУДЬОННА

був (ла) учасником

VII Всеукраїнської науково-практичної
конференції студентів та молодих вчених
«Ситуаційний менеджмент і лідерство:
теорія, історія, культура та мистецтво управління»,
яка проходила у місті Києві
9-10 травня 2024 року

18 годин участі 0,6 кредитів ECTS

Голова організаційного комітету,
професор

М. Мартинишин

Завідувач кафедри фешн та шоу-бізнесу,
професор

С. Хлисту

Відповідальний секретар

О. П. Крупа

Київ 2024

