

**Culture &
Creativity**

EU-Eastern Partnership Programme



ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА І ФОТОГРАФІЯ: РОЗВИТОК ЗБАЛАНСОВАНОЇ ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ

*Стратегічний бриф. Програма ЄС –
Східного партнерства «Культура і
креативність»*

№15

Програма фінансується
Європейським Союзом



12/09/2017

Анна Гайдай
Павло Білодід

ВИКОНАВЧЕ РЕЗЮМЕ

В Україні відсутній розвинений ринок фотографії, що приводить сьогодні до:

- відсутність розуміння сучасної фотографії у широкої аудиторії в Україні та відсутність попиту на фото-твори, що в свою чергу не стимулює розвиток відповідної інфраструктури
- твори українських фотографів переважно не є конкурентоспроможними на розвинутих ринках
- традиції української фотографії не сформовані через те, що знання не передаються від майстра до учнів та через відсутність інституціональної пам'яті
- документальні фото-історії та рефлексійні концептуальні фотопроекти не використовуються як глобальні транслятори української культури

Причинами такої ситуації став комплекс проблем, що має як історичний аспект (культурна політика, яка дісталась у спадок Україні від радянської системи) так і відсутність уваги до фотографії в Україні з боку ключових стейкхолдерів (в першу чергу освітніх інституцій).

Враховуючи сучасний український контекст метою даного брифу ми бачимо - опрацювання методів розвитку збалансованої екосистеми ринку української фотографії. Саме через підтримку драйверів розвитку фотографічної екосистеми та консолідацію ключових гравців можливий прорив. Як важіль запуску змін бачимо платформні рішення, що дозволять залучити найбільш активних гравців ринку фотографії, використати природний інтерес кожного учасника процесу та максимально гнучко реагувати на зовнішній контекст розвитку фотографії.

АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМАТИКА

Сьогодні в Україні ринок фотографії з усіма його складовими є не розвиненим:

- фотографічна культура,
- належна вища освіта (*наприклад, в Академії мистецтв в Києві не викладається фотографія*),
- критика фотографії (*наприклад, виставки фотографій та видані фотокниги не рецензуються та не публікуються ніяка аналітика. Один з провідних журналів України про культуру та мистецтво ART Ukraine публікує переважно новини про фотографію, але не аналітичні статті та ревію <http://artukraine.com.ua/tag/photo/>. Їх останній критичний матеріал чи радше інтерв'ю про українську фотографію було опубліковано в серпні 2016 року. Аналогічна ситуація спостерігається в іншому журналі критики та оглядів сучасної культури KORYDOR. Цього року журнал опублікував лише одну статтю дотичну до фотографії про арт-групу Шило з Харківської школи фотографії. Однак, у статті йдеться про проект Шило «Закінчена дисертація», виставку якого показував Центр PhotoCULT ще у 2013 році і Києві і про який того часу жоден критик не написав нічого. Нещодавня виставка видатного фотографа Миколи Троха, художника з легендарного київського сквоту*

Паркомунa, яка відбулася у березні 2017 року, також пройшла без критичного аналізу),

- регулярне експонування та фотофестивалі,
- видання фотокниг,
- продаж фотографій та фінансова підтримка художників,
- регулювання авторських прав,
- дослідження,
- колекціонування та архівування фотографії (*наприклад, Національний художній Музей не має та не експонує фотографічні колекції*), документація та викладена історія української фотографії (*наприклад, притомного підручника з історії української фотографії не існує*) тощо.

Зокрема, проблемою сфери також є розрізненість нечисельних операторів ринку фотографії та відсутність досвіду співпраці об'єднаними зусиллями задля розвитку ринку сучасної фотографії. На противагу ситуації в Україні, під час Європейського Місяцю Фотографії у Відні, Братиславі чи інших столицях Європейського Союзу галереї, музеї, магазини та бібліотеки фотокниг співпрацюють, щоб презентувати художників та колекції, діють колегіально та постійно комунікують задля розвитку нових спільних проєктів.

Відсутність розвиненого ринку фотографії призводить сьогодні до таких проблем, як:

- твори українських фотографів переважно не є конкурентноспроможними на розвинутих ринках Європи, США, Азії через те, що художники створюють свої твори без проведення досліджень теми, візуальних методів та мови, без оригінальності, сильного наративу (storytelling) та без застосування самопромоції. Наприклад, фотограф Борис Михайлов, один з «батьків» Харківської школи фотографії (школа - в значенні течія) з його проєктом "Історія хвороби", насправді є єдиним відомим та серйозним гравцем серед українських фотографів на міжнародній мистецькій арені (Венеціанське бієнале 2017, музей MOMa тощо). У світі дуже мало відомо про Україну, окрім її зв'язків з Радянською епохою та нещодавніх Майдану, анексії Криму та конфлікту на Донбасі, проте українські фотографи рідко представляють нові теми міжнародній спільноті. Сучасна хвиля декомунізації лише підсилює промоцію радянського в історії України. Однак, домінування інтересу лише до художніх робіт Бориса Михайлова, не розвінчує міфів і стереотипів про Україну та уповільнює розвиток інших аспектів української візуальної культури. Навіть роботи молодих послідовників Харківської школи фотографії, які стають дедалі популярнішими в Україні та на міжнародному рівні, зокрема завдяки провокативній складовій та епатажу, все ще не такі широко відомі як роботи Михайлова. Для дослідження та презентації їх творчості, а також творчості інших молодих художників знадобляться роки, як і для аналізу їх місця в історії мистецтва.
- традиції української фотографії не сформовані через те, що знання не передаються від майстра до учнів. Не існує інституціональної пам'яті, наприклад багаторічної Академії чи Школи, на базі якої могли б системно формуватися база знань та традиції викладання.

- відсутність культури відвідування галерей та музеїв, відсутність якісних культурних та мистецьких програм у дитсадках, школах та ВУЗах та як наслідок відсутність візуальної культури у широкій аудиторії в Україні призвело до нерозуміння переважною більшістю українських глядачів сучасного мистецтва загалом та сучасної фотографії зокрема. Таким чином, твори фотографів не є предметом інтересу та покупки українських глядачів. Наприклад, нещодавні сумнозвісні спроби продавати твори фотографів на он-лайн платформах 5,6 та ARTELECT, або спроби фотоярмарок, які також робила організація Центр Фотокульт у 2011-2013 роках, де публіка не купувала фотовідбитки. Так само, як не купувала під час виставок фотографії. Зокрема, серед київських галерей тільки Я Галерея, Брюс Коллекшн та, можливо, ще декілька професійно представляють та намагаються продавати твори 5-7 фотографів. В провідних музеях України відсутні департаменти фотографії та регулярні виставки чи формування колекцій. Фотокниги в Україні практично видаються дуже рідко (*наприклад, за останні чотири роки з'явилося близько 25-30 фотокниг українських авторів, в той час, як лише одне видання в Нью-Йорку випускає таку кількість книг в рік*).
- Сьогодні, в умовах політичної кризи та російської агресії, фотографія не реалізовує свій потенціал. Як форма привернення уваги світової спільноти до цих подій, документальні фотоісторії та рефлексійні концептуальні фотопроекти мають стати українським голосом, що буде почутий. Однак, брак навичок роботи з соціальними темами та навичок майстерності розповідати історії (storytelling) не дає змоги українським фотографам розповісти Українську історію світові.

ЩО НЕОБХІДНО ЗМІНИТИ

Враховуючи все вищевикладене, метою даного брифу ми бачимо - опрацювання методів розвитку збалансованої екосистеми ринку української фотографії, а саме:

- визначення найбільш дієвих операторів ринку фотографії. Це може бути зроблено групою дослідників - експертів з фотографії, які можуть створити робочу групу,
- початок діалогу та співпраці між ними в форматі круглих столів, консультаційних зустрічей та неформальних обговорень. В рамках всіх провідних культурних подій в Україні наприклад, фестивалів кіно "Одеський кінофестиваль", "Молодість", фестивалів книги "Книжковий Арсенал", "Форум видавців", фестивалів сучасного мистецтва "Тиждень сучасного мистецтва в Києві", тощо проводити дискусії та зустрічі гравців ринку фотографії на тему сучасної фотографії в Україні,
- історики та менеджери мистецтва повинні розробити комплексний план розвитку ринку фотографії України, включаючи створення оновленої мапи екосистеми української фотографії в консультації з навчальними закладами. Наша робоча група цього документу (Policy Brief) вже почала працювати над таким планом, але цей процес потребує додаткових досліджень для перевірки деяких гіпотез. Учасниками зустрічей та розробки концепції повинні також бути представники навчальних

художніх установ, мистецтвознавці, куратори, менеджери культури,

- для досягнення мети ініціатором цих зустрічей має виступати незалежна сторона до якої є довіра та авторитет. Лише після консультацій і розуміння готовності гравців до кооперації можна буде детальніше розробляти варіанти реалізації ідеї брифу.

ХТО Є ОСНОВНИМИ ЗАЦІКАВЛЕНИМИ СТОРОНАМИ

Ми розглядаємо всі організації, які мають інституційну спроможність залучати або визначати вектор розвитку фотографічної екосистеми як зацікавлених сторін. У той же час ці організації не можуть бути безпосередніми операторами ринку та мати безпосередній інтерес. Такими організаціями є: фотографічні спільноти (мистецькі, документальні та комерційні), спільнота культурних менеджерів, музеї, галереї, видавництва, університети, недержавні освітні центри, Міністерство освіти, Міністерство культури, муніципалітет, Український інститут, культурні представництва іноземних посольств в Україні, аукціонні будинки, фестивалі, ділові корпорації, виробники фототехніки, засоби масової інформації, фотостудії, фото стоки, архіви, міжнародні партнери та фонди. Усього в Україні більше 100 представників.

ХТО МОЖЕ ЗДІЙСНИТИ ЦІ ЗМІНИ

Щоб зміни почали відбуватись, необхідна узгоджена робота зацікавлених сторін на різних рівнях. Але ініціатором перших кроків має стати прямий гравець ринку фотографії. Ми виокремлюємо наступні ролі серед потенційних ініціаторів цього процесу: фотографи, художники/ці, вчителі/ки, працівники/ці музеїв, менеджери/ки культури, куратори/ки, критики/ні, власники/ці галерей, історики мистецтва, фахівці з бізнес-стратегій, аукціонних будинків, фотографічних агенцій, в тому числі і інформаційних агенцій, комерційних студій, PR-агенцій, менеджери фестивалів та виставок, міжнародні фахівці з авторських прав та мистецтва, видавці журналів та фотокниг.

**ЯКІ ПЕРШОЧЕРГОВІ ПОТРЕБИ/ВИКЛИКИ
МАЮТЬ БУТИ ЗАДОВОЛЕНІ/ПОДОЛАНІ
для розвитку екосистеми ринку
фотографії в Україні**

СТВОРЕННЯ ФОТОПРОДУКТУ

1. Освіта (формальна, неформальна, в т.ч. майстерні/студії) — релевантна мистецька освіта, яка дає можливість художникам бути в контексті сучасного мистецтва та фотографії та бути конкурентноспроможними у світі.
2. Креативний виробничий цикл (фотографія, фотоісторія, книга/публікація)

ДЕМОНСТРАЦІЯ / ПРОМОЦІЯ / ДИСТРИБУЦІЯ

1. Розвиток освіти для кураторів (магістерські та докторські програми з історії та теорії мистецтв, критики та ін.)
2. Розвиток освіти для арт-менеджерів (розвиток мережі спеціалізованих програм для професійної підготовки менеджерів, що вже працюють чи хочуть працювати з культурним продуктом)
3. Проведення досліджень та архівування фотографічного надбання
4. Створення інтересу галерей/музеїв до фотоекспозицій
5. Розвиток напрямку видавництва фотокниг у наявних українських книговидавців
6. Розвиток критики мистецтва, в тому числі і творів фотографії, через вирішення проблем належної освіти критиків, підвищення інтересу до оглядів/аналітики культурними критиками та оплати за цю роботу з боку культурних медіа
7. Стимулювання інтересу до української фотографії всередині країни з боку зарубіжних галеристів, кураторів, колекціонерів
8. Покращити знання журналістів, у тому числі культурних журналістів / відділів культури в телебаченні, радіо та газетах
9. Створити запит на мистецтво фотографії у широкого кола громадян

СТУПІНЬ ГОТОВНОСТІ ТЕМИ

Перша зустріч гравців екосистеми (так звана Платформа) - відбулася у лютому 2017 року у форматі “Круглий стіл” за ініціативи Києво-Могилянської бізнес (kmbs) школи та на її території. Зустріч була спрямована на початок діалогу між операторами ринку фотографії та початок спільних дій. У дискусії про актуальні проблеми та можливі напрямки їх вирішення взяли участь представники сфери фотографії та дотичних сфер: Віктор Марущенко (Школа фотографії В.Марущенко), Анна Гайдай (громадська організація “Культурний фотографічний центр PhotoCULT”), Аліна Сандуляк (історик фотографії, мистецтвознавець), Катерина Радченко (Фестиваль фотографії “Одеса-Батумі Фотодейс”), Наталя Синєпулова (“Школа візуальних комунікацій”), Денис Блощинський (музикант, волонтер, організатор фестивалю “Музика гідності”), декан та менеджери напрямку культури kmbs - Олександр Саврук, Павло Білодід, Ян Лікарєнко.

Вирішеним завданням зустрічі було встановлення глибшого розуміння того, як сьогодні відбувається взаємодія між операторами фоторинку та як відбувається еволюція фотографічної екосистеми України. Важливим результатом зустрічі стало розуміння готовності та мотивації ключових учасників екосистеми до спільної роботи. Стало очевидним, що:

- дискурс на рівні розвитку цілісної екосистеми користується попитом у гравців
- необхідно створити платформи для обговорення, які повинні призвести до опрацювання майбутніх сценаріїв розвитку ринку фотографії в Україні.

Також, одним з етапів дослідження українського ринку фотографії була групова робота в рамках навчальних модулів Програми ЄС та Східного партнерства «Культура та креативність» (EU-EaP Culture and Creativity) у 2016-2017 роках. Під час дослідження були використані методології *мапування зацікавлених сторін* у розробці політики, *визначення ланцюжка вартості в українському контексті*. Ще одним важливим чинником успішного аналізу ринку фотографій була участь в робочій групі менеджерів, які працюють у галузях, пов'язаних з фотографією. Це дозволило більш якісно працювати з природою екосистеми фотографії в Україні.

Замапована “ідеальна” екосистема ринку фотографії та проблематика системного дослідження та збереження фотографічного надбання (див. ілюстрації #1 та #2 нижче).

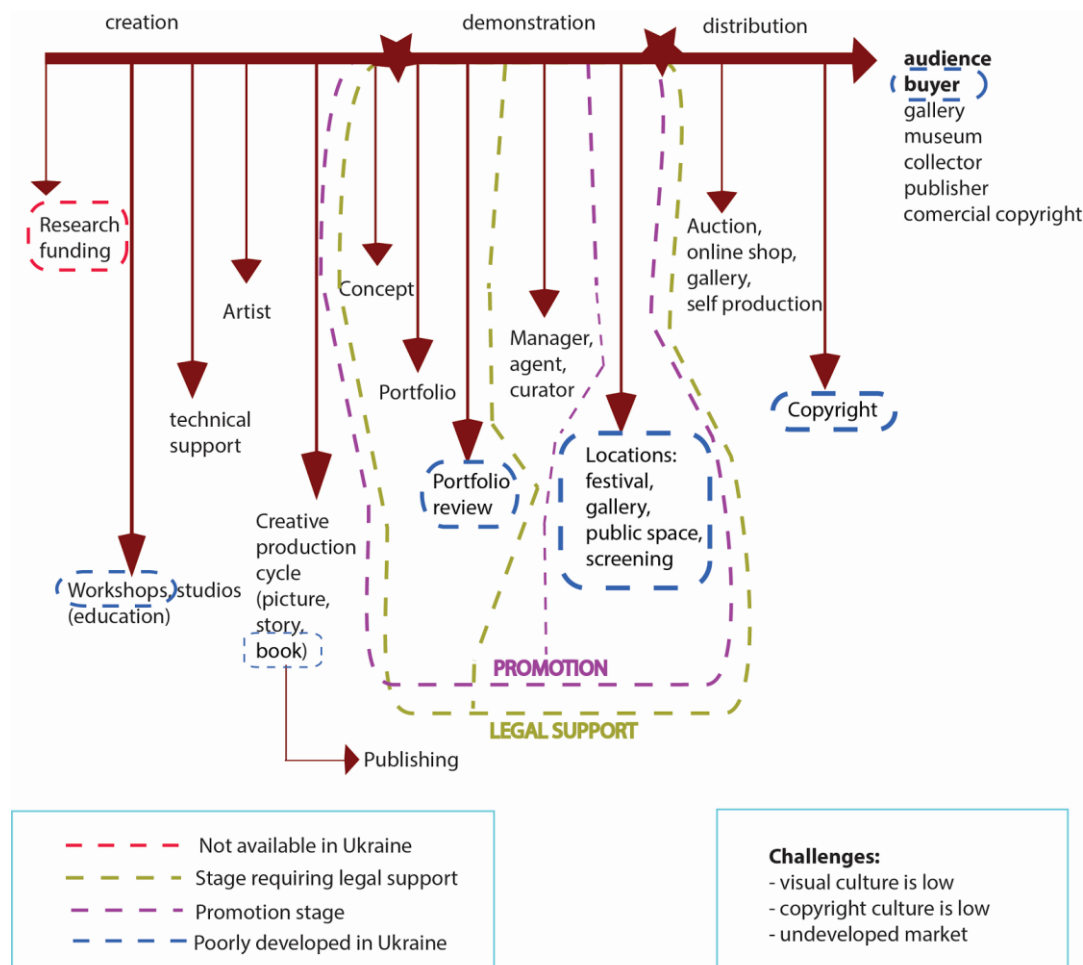
#1 Проблема: Відсутність системного збереження та дослідження фотографії

Стратегічні підходи: відкриття відділу фотографії на базі (1) державного або (2) недержавного інституту, (3) створення нової установи.

STAKEHOLDERS	ВПЛИВОВІСТЬ ПОЛІТИК	ВПЛИВ НА ПОЛІТИКИ	ЦІКАВІСТЬ ДО СЦЕНАРІЮ 1	ЦІКАВІСТЬ ДО СЦЕНАРІЮ 2	ЦІКАВІСТЬ ДО СЦЕНАРІЮ 3
МІНІСТЕРСТВО	+	++	НІ	БАЙДУЖІСТЬ	-
ХУДОЖНИКИ	+++	+++	ТАК (гарантії)	ТАК	ТАК
ГРОМАДСЬКІСТЬ	++	+	ТАК	ТАК	ТАК
СПОНСОРИ	+	++	НІ (складність стосунків)	ТАК	ТАК
МЕДІА	+	++	ТАК	ТАК	ТАК
ОСВІТА	+	+	ТАК (методична складність)	ТАК	ТАК
КОЛЕКЦІЇ	+++	+++	ТАК (попит)	ТАК	ТАК
АРХІВИ	+++	+++	ТАК	НІ	ТАК/НІ
ФОТОСПІЛКА	+	+	++	++	++

Як почати процес систематичного збереження? Створити конкурс проектів із збереження та дослідження фотографій для державних неприбуткових організацій.

#2



Схеми #1, #2: за матеріалами напрацювань в робочих групах під час навчання за програмою Culture&Creativity. Дизайн ілюстрації #2: Павло Білодід.

ВАРІАНТИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ

1. Подальший розвиток робочої групи «Платформи» як інструменту розвитку екосистеми ринку фотографії. Платформа може бути реалізована у форматі *Регулярної події* (фестиваль, форум - регулярна багатoproфільна подія, спрямована на те, щоб бути каталізатором об'єднання і вирішення конкретних проблем у фотографії) або *Асоціації* (фотографічна НУО з активним виконавчим офісом та радою, яка об'єднує операторів ринку та зацікавлених сторін з усієї країни). Розробка Платформи не відображає індивідуальні комерційні інтереси, але залучає експертів фотографії, неурядові організації та професійні об'єднання задля консолідації цього

сектора навколо спільних проблем і розробки спільних проектів протягом п'яти років.

Структура фінансів:

Регулярні події - доходи: квитки, внески за участь, спонсори, донори;

Асоціація - доходи: внески учасників (фізичні чи юридичні особи), спонсорів, донорів, оплачені послуги.

2. Створення **«Департаменту фотографії» (інституту) в Міністерстві культури** та департамент освіти за напрямком фотографії в Міністерстві освіти України. Перевагами цього варіанту є можливість вийти одразу на національний рівень. З іншого боку бюрократичні процедури не дозволяють динамічно приймати рішення та задовольнити актуальність та відповідність сучасному контексту. Крім того, існує великий ризик бюджетних обмежень на операційну діяльність департаменту.

Структура фінансів:

Доходи - державний бюджет, квитки.

3. **«Природній відбір»** - оператори ринку працюють як і працювали (волонтери, приватні ініціативи тощо) власними зусиллями, не об'єднуючись. В результаті, позитивні зміни відбуваються повільно, системна робота не ведеться, учасники ринку фотографії в Україні дуже вразливі та залежні від бюджетних регулювань.

Таким чином, найбільш ефективним варіантом дії у наявних умовах та українському контексті є варіант 1. «Платформа». Оскільки:

- це дозволить залучити найбільш активних гравців ринку фотографії
- використати природній інтерес кожного учасника процесу
- максимально гнучко реагувати на зовнішній контекст розвитку фотографії

ПРОПОНУЮТЬСЯ ТАКІ НАСТУПНІ КРОКИ ПЛАТФОРМИ

- виявити всіх наявних гравців екосистеми
- запустити проекти по консолідації гравців екосистеми (наприклад, Фестиваль фотографії, та/або культурний простір/локація для постійних зустрічей фотографів та гравців екосистеми, демонстрації, дослідження фотографії)
- розробити систему для фіксації, аналізу та поширення отриманого досвіду з метою подальшого розвитку збалансованої екосистеми фотографії в Україні (написання статей, проведення воркшопів і т.д.)

Післямова

Стратегічні брифи – результат ініціативи Програми ЄС – Східного партнерства з накопичення потенціалу культурного сектору, що тривала впродовж 2016-2017 років. В рамках ініціативи 240 асоціатів Програми з регіону мали можливість пройти 8 тренінгів з бізнес менеджменту для діячів культури, що тільки починають свій кар'єрний шлях. Завдання стратегічних брифів полягало у тому, щоб допомогти їм усвідомити свою роль як професіоналів у наданні стислих і нейтральних стратегічних рекомендацій у сфері своєї компетенції. Завдання полягало у тому, щоб визначити проблеми сектору, запропонувати можливі шляхи вирішення, підтримати критичне мислення, аналіз стратегій на основі фактологічних даних та сформулювати рекомендації. Темі були обрані й пропрацьовані асоціатами самостійно.

Доповідь розроблено за підтримки Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність». Зміст цього звіту не відображає офіційну думку Європейського Союзу. Відповідальність за інформацію та погляди, виражені в публікації, лежить на авторах дослідження.

