



UNIVERSITATEA  
„ALEXANDRU IOAN CUZA“  
din IAȘI



FEAA  
FACULTATEA DE ECONOMIE  
ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR

## WORKING PAPER

Consumul de artă fotografică din România:  
motivații, percepții și experiențe – analiză cantitativă

**Doctorand: Fusu Grigore**

**Coordonator: Prof.univ.dr. Adriana Zaiț**

## CUPRINS

<b>Introducere</b>	3
<b>Cercetarea cantitativă – realizarea și analiza chestionarelor</b>	4
<b>Metodologie</b>	4
<b>Rezultatele cercetării cantitative</b>	10
<b>Concluzii și recomandări</b>	30
<b>Anexe</b>	33
<b>Bibliografie</b>	41

## Introducere

Acest referat face parte din cercetarea „Motivații ale consumului de artă fotografică - factori de influență și consecințe la nivel macroeconomic și social”, care este compusă din 3 părți:

Partea 1: Motivații ale consumului de artă fotografică - factori de influență și consecințe la nivel macroeconomic și social.

Partea 2: Cercetare asupra consumului de artă fotografică: analiză bibliografică și bibliometrică.

Partea 3: Consumul de artă fotografică: analiză calitativă și cantitativă.

În această parte a cercetării ne-am propus să realizăm un studiu cantitativ cu privire la consumul de artă fotografică în România.

Pentru realizarea obiectivului din această etapă a cercetării, vom folosi metodele de cercetare cantitativă, care sunt descrise mai jos.

**Metoda cantitativă** este caracterizată prin culegerea și prelucrarea datelor furnizate de chestionarele distribuite respondenților. După cum afirmă Creswell (2014) „Cercetarea cantitativă este o abordare pentru a testa teorii obiective prin examinarea relațiilor dintre variabile. Aceste variabile, la rândul lor, pot fi măsurate, de obicei prin instrumente care permit analiza numerică a datelor.” (Creswell, 2014, p. 32). În cazul nostru, am realizat un studiu pe un **eșantion de 611** de persoane. Am folosit chestionare online pe care le-am distribuit atât consumatorilor de artă fotografică cât și non consumatorilor. Am descris toată metodologia de colectare, procesare și analiză a datelor în a doua parte a raportului.

## **Cercetarea cantitativă – realizarea și analiza chestionarelor**

În această etapă a cercetării am realizat un studiu cantitativ care a fost creat în baza rezultatelor studiului calitativ. Am păstrat aceleași întrebări ale cercetării ca și în studiul calitativ, la fel, am păstrat o parte dintre ipoteze și am mai adăugat câteva ipoteze noi, care au fost formulate în baza rezultatelor cercetării calitative.

### **Metodologie**

În continuare voi descrie metodologia care a stat la baza studiului cantitativ, voi prezenta obiectivele cercetării, ipotezele de lucru, metoda și instrumentul de cercetare, eșantionul, operaționalizarea datelor și rezultatele cercetării.

**Scopul cercetării cantitative** - construirea unui model explicativ al comportamentului consumatorului de artă fotografică din România.

### **Problema de cercetare:**

Culegerea și interpretarea datelor cu privire la comportamentul consumatorului de artă fotografică.

### **Obiectivele cercetării:**

O1 – De identificat care este percepția consumatorilor cu privire la termenul „artă fotografică” cu ajutorul mai multor dimensiuni;

O2 – De identificat dacă consumatorii de artă fotografică au studiat materii care să conțină subiecte ce țin de arta fotografică în liceu sau universitate;

O3 – De verificat care este percepția consumatorilor de artă fotografică cu privire la efectele studierii artei fotografice în școli. Vor fi analizate mai multe efecte posibile;

O4 – De identificat particularitățile cererii pentru arta fotografică: frecvența consumului, disponibilitatea de plată și preferințe;

O5 – De identificat ce tipuri de fotografii preferă consumatorii;

O6 – De verificat cum se raportează consumatorii la investițiile în arta fotografică;

O7 – De identificat dacă consumatorii de artă fotografică au acces facil la produsele care fac parte din categoria artă fotografică;

O8 – De identificat factorii motivaționali care stau la baza consumului de fotografie artistică;

- O9 – De verificat dacă consumatorii aleg fotografia artistică drept mijloc de terapie și relaxare;
- O10 – De identificat procentajul respondenților care își pot aminti numele unui fotograf Român;
- O11 – De schițat o propunere și un mini plan cu propuneri pentru promovarea artei fotografice în România.

### **Ipoteza fundamentală:**

Soluționarea obiectivelor sus menționate presupune chestionarea consumatorilor de artă fotografică pentru a stabili particularitățile cererii și a factorilor motivaționali care stau la baza cererii.

În strânsă legătură cu obiectivele cercetării, a fost stabilită următoarea ipoteză fundamentală:

Factorii motivaționali care stau la baza consumului de artă fotografică sunt de natură endogenă și țin de plăcerea estetică, nevoia de a ajuta (susține), relaxare și terapie prin artă.

### **Ipoteze de lucru:**

Pentru verificarea ipotezei fundamentale, pornind de la scopul acestei cercetări, vor fi stabilite următoarele ipoteze de lucru:

**I<sub>L1</sub>** – Termenul „artă fotografică” este ambiguu și interpretat diferit de fiecare respondent;

**I<sub>L2</sub>** – Fotografiile de tipul documentar, jurnalism și de familie pot fi încadrate în categoria artă fotografică;

**I<sub>L3</sub>** – Fotografiile artistice sunt cele realizate de artiști consacrați;

**I<sub>L4</sub>** – În școlile și în universitățile din România nu există materii care să vizeze fotografia sau arta fotografică;

**I<sub>L5</sub>** – Studiarea artei fotografice în școli ar avea mai multe efecte benefice asupra elevilor și studenților, printre care: dezvoltarea personală, descoperirea unei pasiuni sau vocații și dezvoltarea creativității;

**I<sub>L6</sub>** – Cei mai mulți români cumpără fotografie pentru conținutul acesteia, nu pentru autorul care le-a făcut;

**I<sub>L7</sub>** – Românii preferă diverse tipuri de fotografie, orientându-se mai mult spre fotografia de stradă și de peisaj;

**IL8** – Românii nu se gândesc la opțiunea de a investi în arta fotografică;

**IL9** – Consumatorii ar achita între 201 și 500 de lei pentru o fotografie artistică individuală;

**IL10** – Consumatorii de fotografie artistică consumă astfel de produse sau servicii de cel puțin două ori pe an;

**IL11** – Consumatorii nu au acces facil la produse din categoria artă fotografică și/sau galerii de artă care să prezinte fotografia artistică (nu știu de unde pot cumpăra fotografie);

**IL12** – Cel puțin jumătate dintre consumatori nu pot numi un fotograf artist român;

**IL13** – Consumatorii consumă fotografie artistică din considerente terapeutice și din motiv că vor să susțină artiștii;

### **Metoda și instrumentul de cercetare:**

Pentru realizarea cercetării cantitative am conceput un chestionar cu 54 de întrebări structurate astfel:

- Întrebări pe scală de evaluare (scala lui Likert cu 5 trepte): 39 întrebări;
- Întrebări închise cu două sau mai multe variante de răspuns: 13 întrebări;
- Întrebări deschise: 2 întrebări.

Pentru a ne asigura că respondenții completează chestionarele corect, am folosit trei întrebări de control și o întrebare de atenție.

Datorită specificului cercetării și anume că aceasta se bazează pe evaluarea atitudinilor, opiniilor și a percepțiilor, am folosit pe larg scala Likert. Aceasta prezintă mai multe beneficii pentru cercetările care au componente comportamentale, printre care:

- Permite măsurarea gradului de acord sau dezacord;
- Prezintă simplitate și ușurință în utilizare, întrebările de tip Likert sunt ușor de înțeles și de completat de către respondenți. De asemenea, sunt ușor de formulat și administrat de către cercetători;
- Întrebările de tip Likert tind să ofere rezultate consistente și fiabile, mai ales atunci când sunt folosite mai multe afirmații legate de aceeași atitudine sau percepție.
- Permite analiza statistică facilă. Datele colectate prin scale Likert sunt ușor de cuantificat și analizat statistic. Ele permit utilizarea unor tehnici statistice variate, cum ar fi analiza mediei, a varianței, regresiiile sau analiza factorială.

- Scala Likert permite captarea unor dimensiuni subtile ale atitudinilor și percepțiilor, oferind o imagine detaliată a sentimentelor respondenților.
- Respondenții pot completa rapid întrebările de tip Likert, iar cercetătorii pot analiza rapid rezultatele, economisind astfel timp în procesul de colectare și analiză a datelor.
- Scalele Likert sunt foarte potrivite pentru utilizarea în sondaje online, unde răspunsurile pot fi colectate și analizate automat.

În prima etapă a cercetării cantitative am colectat răspunsuri de la respondenți. În a doua etapă, am centralizat toate răspunsurile într-un fișier excel și le-am analizat în vederea eliminării chestionarelor care prezentau erori.

### **Eșantionarea**

Pentru realizarea cercetării cantitative ne-am străduit să recrutăm persoane care urmăresc fotografi români, care sunt interesate de fotografie și/sau consumă fotografie artistică. Pentru recrutarea respondenților am folosit atât paginile mele personale din rețelele sociale precum Facebook, Instagram și LinkedIn cât și paginile unor fotografi consacrați din România precum Jenő Major, Claudiu Guraliuc sau Ozolin Dușa.

La fel, am publicat chestionarul în mai multe grupuri de pasionați de fotografie și artă.

Recrutarea respondenților a avut loc prin realizarea unei campanii de comunicare în social media, au fost create mai multe postări despre cercetare cu îndemnarea următorilor să participe la studiu cât și informarea constantă a acestora cu privire la numărul participanților la cercetare, pentru a încuraja să participe persoanele care nu au reușit să-și facă timp pentru acest lucru. Într-un final, chestionarul a fost distribuit de peste 30 de fotografi și susținători ai artelor, a fost distribuit în 12 grupuri de Facebook și a ajuns la un număr estimat de 90.000 de persoane dintre care 633 au completat chestionarul.

În tabelele de mai jos sunt prezentate date cu privire la eșantionul de respondenți.

Sunt consumatori de artă fotografică:

<b>Răspuns</b>	<b>Nr. respondenți</b>	<b>Procent</b>
Nu	67	11
Da	544	89
<b>Total</b>	611	100

Majoritatea respondenților au declarat că au consumat artă fotografică sub o formă sau alta. Numărul total de persoane care au declarat la prima întrebare de triaj că au consumat artă fotografică este de 544 persoane (89%). La fel, doar 28 de persoane (4,6%) din eșantion au menționat și la întrebările de control că nu au consumat niciodată fotografie artistică.

### Relația respondenților cu fotografia:

Răspuns	Nr. respondenți	Procent
Nu fac fotografii	4	0,7
Nu am aparat foto, fac fotografii ocazional cu telefonul mobil	154	25,2
Am aparat foto și fac fotografii rar, nu sunt fotograf	89	14,6
Sunt fotograf amator	236	38,6
Sunt fotograf profesionist	128	20,9
<b>Total</b>	<b>611</b>	<b>100</b>

După cum putem observa din tabelul de mai sus, 249 persoane (40,5%) nu sunt fotografi și 364 persoane (59,5%) sunt fotografi amatori sau fotografi profesioniști. Cea mai mare categorie fiind prezentată de fotografi amatori (38,6%).

### Genul respondenților:

Răspuns	Nr. respondenți	Procent
masculin	258	42,2
feminin	345	56,5
prefer să nu răspund	8	1,3
<b>Total</b>	<b>611</b>	<b>100</b>

Avem un eșantion relativ echilibrat din punct de vedere al sexului respondenților, prevalând respondenții de sex feminin (cu 14,3% mai mulți).

### Vârsta respondenților

Răspuns	Nr. respondenți	Procent
Sub 18	1	0,2
18 - 24	36	5,9
25 - 34	103	16,9
35 - 44	193	31,6
45 - 54	176	28,8
55 - 64	84	13,7
65+	18	2,9
<b>Total</b>	<b>611</b>	<b>100</b>

Cei mai mulți respondenți sunt încadrați în intervalul de vârstă 35-54 ani (60,4%). Cei mai mulți având vârstele cuprinse între 35-44 ani, 193 persoane (31,6%).

### Nivelul de studii al respondenților

Răspuns	Nr. respondenți	Procent
Studii primare (școala generală)	5	0,8
Studii liceale (liceu absolvit)	86	14,1
Studii de licență (absolvite)	233	38,1
Studii de master (absolvite)	238	39
Studii doctorale (absolvite)	49	8
<b>Total</b>	<b>611</b>	<b>100</b>

Prevalează persoanele cu studii de licență și/sau master, reprezentând 471 persoane (77,1%).

### Statutul profesional al respondenților

Răspuns	Nr. respondenți	Procent
Student (nu lucrez)	22	3,6
Angajat în companie de stat	142	23,2
Angajat în companie privată	220	36
Întreprinzător / liber profesionist	161	26,4
Altă opțiune	66	10,8
<b>Total</b>	<b>611</b>	<b>100</b>

Observăm o dispersie relativ omogenă a statutului profesional, cele mai multe persoane (36%) fiind angajate în companii private.

### Venitul net al respondenților

Răspuns	Nr. respondenți	Procent
Sub 2079 lei/lună	28	4,6
2079-3000 lei/lună	37	6,1
3001-4000 lei/lună	61	10
4001-5000 lei/lună	99	16,2
5001-6000 lei/lună	65	10,6
Peste 6000 lei lună	195	31,9
<b>Nu doresc să ofer această informație</b>	<b>126</b>	<b>20,6</b>
<b>Total</b>	<b>611</b>	<b>100</b>

Majoritatea respondenților au venituri peste 4000 de lei, 420 persoane (**58,7%**). Categoria predominantă fiind persoanele cu venituri peste 6000 lei (**31,9%**)

### Operaționalizarea datelor:

Pentru completarea chestionarelor, acestea au fost transpuse într-un fișier tip Google Forms. Fișierul tip Google Forms a fost transmis potențialilor respondenți prin intermediul canalelor social media, după cum a fost descris mai sus. Campania de recrutare a respondenților și completare a chestionarelor a avut loc în perioada **30 aprilie 2024 – 22 mai 2024** (3 săptămâni).

În urma campaniei au fost colectate **633** de anchete. După încheierea campaniei, toate datele au fost extrase din centralizatorul Google Spreadsheet și transferate într-un fișier Excel pentru analiza preliminară și curățarea bazei de date. Pentru evaluarea bazei de date au fost întreprinse următoarele măsuri:

- Am eliminat toate chestionarele respondenții cărora au răspuns greșit la întrebarea de atenție „Vă rog să bifați răspunsul calculului: doi plus unu.”, au fost eliminate **15 chestionare**.
- Am eliminat toate chestionarele respondenților care nu sunt cetățeni români și nu au reședință în România, au fost eliminate **5 chestionare**.

- Am eliminat toate chestionarele respondenții cărora au răspuns diferit la întrebările încrucișate de control, au fost eliminate **2 chestionare**.

În urma curățeniei am obținut **611** chestionare valide. În următorul pas, am codificat toate răspunsurile și le-am transferat în softul IBM SPSS Statistics 21, pentru a fi efectua o analiză detaliată a datelor. Analiza datelor este prezentată mai jos.

## Rezultatele cercetării cantitative

În continuare vom analiza fiecare ipoteză în parte și vom prezenta date statistice care confirmă sau infirmă ipoteza analizată. După analiza ipotezelor vom continua cu explorarea legăturilor cauză-efect identificate în urma analizei datelor. Vom începe cu analiza percepției respondenților vizavi de ce reprezintă arta fotografice, ce înțeleg aceștia prin acest termen. Acest prim pas o să ne ajute să înțelegem dacă respondenții au percepții similare cu privire la fenomenul studiat.

Notă: Analiza de mai jos include și chestionarele persoanelor care nu au consumat artă fotografică sub nicio formă (4,6%) din eșantion. Datorită interesului acordat pentru această cercetare, am considerat că și părerea acestor persoane sunt la fel de valoroase.

**Evaluare I<sub>L1</sub>** – Termenul „artă fotografică” este ambiguu și interpretat diferit de fiecare respondent:

**Statistics**

1.Termenul „artă fotografică” es

N	Valid	611
	Missing	0
Mean		2,27
Std. Deviation		1,398
Variance		1,954

1.Termenul „artă fotografică” este ambiguu.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	260	42,6	42,6	42,6
Puțin adevărat	127	20,8	20,8	63,3
Neutru	91	14,9	14,9	78,2
Adevărat	62	10,1	10,1	88,4
Foarte adevărat	71	11,6	11,6	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Media răspunsurilor pentru afirmația „Termenul artă fotografică este ambiguu.” este de **2,27**, ceea ce înseamnă că, în medie, respondenții nu consideră foarte ambiguu termenul „artă fotografică” (pe o scală de la 1 la 5, unde 1 = deloc adevărat și 5 = foarte adevărat).

O medie de **2,27** este mai aproape de „deloc adevărat” decât de „foarte adevărat”.

Aceasta sugerează că, în general, respondenții nu percep termenul „artă fotografică” ca fiind foarte ambiguu.

O abatere standard de **1,398** indică faptul că răspunsurile variază în jurul mediei. Iar abatere standard relativ mare, în acest context, arată că există o variabilitate semnificativă în răspunsurile respondenților.

Această variabilitate indică faptul că, deși media arată o tendință generală spre „deloc adevărat”, unii respondenți (**21,7%**) au considerat totuși termenul ca fiind ambiguu.

Prin urmare, **nu putem confirma ipoteza** că termenul „artă fotografică” este ambiguu și interpretat diferit de fiecare respondent în mod generalizat, deoarece media sugerează că majoritatea respondenților nu consideră termenul ca fiind ambiguu. Cu toate acestea, abaterea standard indică faptul că există variabilitate în interpretările respondenților, ceea ce sugerează o oarecare ambiguitate pentru unii dintre ei.

**Evaluare IL2** – Fotografiile de tipul documentar, jurnalism și de familie pot fi încadrate în categoria artă fotografică;

Statistics			
2. Unele fotografii de tip docume			
N	Valid	611	
	Missing	0	
Mean	4,32		
Std. Deviation	,968		
Variance	,937		

  

Statistics			
3. Unele fotografii de familie pot			
N	Valid	611	
	Missing	0	
Mean	4,07		
Std. Deviation	1,085		
Variance	1,177		

  

2. Unele fotografii de tip documentar și jurnalism pot fi considerate drept „artă fotografică”.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	10	1,6	1,6	1,6
Puțin adevărat	26	4,3	4,3	5,9
Neutru	81	13,3	13,3	19,1
Adevărat	133	21,8	21,8	40,9
Foarte adevărat	361	59,1	59,1	100,0
Total	611	100,0	100,0	

  

3. Unele fotografii de familie pot fi considerate drept „artă fotografică”.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	18	2,9	2,9	2,9
Puțin adevărat	37	6,1	6,1	9,0
Neutru	121	19,8	19,8	28,8
Adevărat	145	23,7	23,7	52,5
Foarte adevărat	290	47,5	47,5	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Pentru a confirma ipoteza „Fotografiile de tipul documentar, jurnalism și de familie pot fi încadrate în categoria artă fotografică” în baza datelor obținute, vom analiza răspunsurile respondenților la următoarele afirmații: „Unele fotografii de tip documentar și jurnalism pot fi considerate drept artă fotografică” și „Unele fotografii de familie pot fi considerate drept artă fotografică”

Media răspunsurilor pentru ambele afirmații este mare, cu valori de **4,32** și **4,07**. Aceste valori indică faptul că majoritatea respondenților sunt de acord cu afirmațiile că fotografiile de tip documentar, jurnalism și de familie pot fi considerate drept artă fotografică.

Media ridicată a răspunsurilor pentru ambele afirmații sugerează un acord puternic din partea respondenților.

Iar abaterea standard de **0,968** pentru afirmația „Unele fotografii de tip documentar și jurnalism pot fi considerate drept artă fotografică” indică faptul că răspunsurile sunt destul de concentrate în jurul mediei **4,32**. O abatere standard mai mică sugerează că majoritatea răspunsurilor sunt apropiate de medie, ceea ce înseamnă că există un consens relativ ridicat între respondenți privind această afirmație.

Pe de altă parte, abaterea standard de **1,085** pentru afirmația „Unele fotografii de familie pot fi considerate drept artă fotografică” indică o dispersie puțin mai mare a răspunsurilor în jurul mediei **4,07** comparativ cu prima afirmație. Acest lucru denotă că există o variabilitate ușor mai mare în opiniile respondenților privind această afirmație, dar totuși răspunsurile sunt destul de concentrate în jurul mediei, sugerând un consens relativ bun, dar cu puțin mai multă diversitate în opinii decât în cazul primei afirmații.

Astfel, putem **confirma ipoteza** că fotografiile de tip documentar, jurnalism și de familie pot fi încadrate în categoria artă fotografică.

### Evaluare IL3 – Fotografiile artistice sunt cele realizate de artiști consacrați;

#### Statistics

4.Fotografiile artistice sunt cele

N	Valid	611
	Missing	0
Mean		1,80
Std. Deviation		1,050
Variance		1,103

4.Fotografiile artistice sunt cele realizate de fotografi cunoscuți (consacrați).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	338	55,3	55,3	55,3
Puțin adevărat	120	19,6	19,6	75,0
Neutru	104	17,0	17,0	92,0
Adevărat	37	6,1	6,1	98,0
Foarte adevărat	12	2,0	2,0	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Pentru a confirma ipoteza „Fotografiile artistice sunt cele realizate de artiști consacrați”, vom analiza rezultatele obținute din evaluarea afirmației „Fotografiile artistice sunt cele realizate de fotografi cunoscuți (consacrați)”.

Media răspunsurilor de **1,80** este relativ scăzută. Aceasta indică faptul că majoritatea respondenților nu sunt de acord cu afirmația că fotografiile artistice sunt cele realizate de fotografi cunoscuți (consacrați). Iar abaterea standard de **1,050** indică faptul că răspunsurile sunt variate, cu o dispersie moderată în jurul mediei de **1,80**. Acest lucru sugerează că, deși media este scăzută, nu

toți respondenții au avut aceeași opinie. Există un anumit grad de variabilitate în răspunsuri, adică unii respondenți au avut opinii diferite față de media generală, dar nu foarte diferite, având în vedere abaterea standard relativ mică.

O medie scăzută a răspunsurilor sugerează că majoritatea respondenților nu consideră că doar fotografiile realizate de fotografi consacrați pot fi considerate artistice.

Astfel, pe baza acestor date, nu putem confirma ipoteza că „Fotografiile artistice sunt cele realizate de artiști consacrați”.

Prin urmare, ipoteza **nu este confirmată**, deoarece media răspunsurilor este mult mai mică decât media maximă posibilă de 5, indicând un dezacord total cu afirmația. Iar abaterea standard de **1,050** denotă o variabilitate moderată a răspunsurilor, sugerând că există opinii diferite, însă majoritatea respondenților tind să nu fie de acord cu afirmația că fotografiile artistice sunt cele realizate de fotografi consacrați.

**Evaluare I<sub>L4</sub>** – În școlile și în universitățile din România nu există materii care să vizeze fotografia sau arta fotografică;

Statistics

6. Am avut o materie care să vizeze

N	Valid	611
	Missing	0
Mean		1,32
Std. Deviation		,971
Variance		,943

6. Am avut o materie care să vizeze arta fotografică în școală (învățământ primar, gimnazial, liceal și/sau postliceal).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	537	87,9	87,9	87,9
Puțin adevărat	22	3,6	3,6	91,5
Neutru	11	1,8	1,8	93,3
Adevărat	12	2,0	2,0	95,3
Foarte adevărat	29	4,7	4,7	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Statistics

7. Am avut o materie care să vizeze

N	Valid	611
	Missing	0
Mean		1,48
Std. Deviation		1,199
Variance		1,437

7. Am avut o materie care să vizeze arta fotografică la universitate.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	512	83,8	83,8	83,8
Puțin adevărat	20	3,3	3,3	87,1
Neutru	17	2,8	2,8	89,9
Adevărat	9	1,5	1,5	91,3
Foarte adevărat	53	8,7	8,7	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Pentru a testa această ipoteză, vom analiza rezultatele obținute din evaluarea afirmațiilor: „Am avut o materie care să vizeze arta fotografică în școală (învățământ primar, gimnazial, liceal și/sau postliceal)” și „Am avut o materie care să vizeze arta fotografică la universitate.”.

Media de **1,32** pentru prima afirmație este foarte scăzută, ceea ce indică faptul că majoritatea respondenților nu au avut materii care să vizeze arta fotografică în școală.

Și media de **1,48** pentru a doua afirmație este de asemenea scăzută, indicând că majoritatea respondenților nu au avut materii care să vizeze arta fotografică la universitate.

Mediile scăzute ale răspunsurilor pentru ambele afirmații sugerează că în general, respondenții nu au avut parte de materii axate pe arta fotografică în cadrul sistemului educațional român, atât în școli cât și la universități.

Abaterea standard de **0,971** pentru afirmația privind școala indică faptul că răspunsurile sunt destul de concentrate în jurul mediei de **1,32**.

Aceasta sugerează că majoritatea respondenților au avut opinii similare (adesea „deloc adevărat” sau valori apropiate), deci există un acord relativ uniform că nu au avut materii de artă fotografică în școală.

Iar abaterea standard de **1,199** pentru afirmația privind universitatea indică o variabilitate ușor mai mare în răspunsuri în comparație cu afirmația privind școala.

Aceasta înseamnă că, deși media este scăzută, există mai multe răspunsuri diferite între ele. Deci, un număr mic de respondenți ar fi avut experiențe diferite (**10,2%**), cum ar fi câțiva care au avut materii de artă fotografică la universitate, dar nu suficient de mulți pentru a crește media.

Pe baza acestor date, putem confirma ipoteza că „În școlile și în universitățile din România nu există materii care să vizeze fotografia sau arta fotografică”.

Așadar, **ipoteza este confirmată**, deoarece majoritatea respondenților nu au avut materii axate pe arta fotografică în sistemul educațional românesc.

Abaterea standard de **0,971** indică o dispersie relativ mică în răspunsurile privind școala, sugerând un consens mai mare printre respondenți.

Abaterea standard de **1,199** indică o dispersie moderată a răspunsurilor privind universitatea, sugerând o oarecare variabilitate, dar totuși nu suficient pentru a contrazice ipoteza. Această abatere poate fi explicată și prin faptul că **38,6%** dintre respondenți sunt fotografi amatori iar **20,9%** sunt fotografi profesioniști, ceea ce mărește probabilitatea ca aceștia să fi studiat arta fotografică în universități.

Rezultatele acestei ipoteze **sunt susținute și de răspunsurile** respondenților la afirmația „În școlile din România, nu se acordă atenție fotografiei artistice”. Media ridicată de **4,32** a răspunsurilor denotă faptul că majoritatea respondenților consideră că este foarte adevărat că în școlile din România, nu se acordă atenție fotografiei artistice. Iar abaterea standard de **1,135** indică o dispersie moderată a răspunsurilor privind afirmația, sugerând o oarecare variabilitate, dar totuși nu suficientă pentru a contrazice opinia majorității.

**Evaluare IL5** – Studiarea artei fotografice în școli ar avea mai multe efecte benefice asupra elevilor și studenților, printre care: dezvoltarea personală, descoperirea unei pasiuni sau vocații și dezvoltarea creativității;

Statistics				
		10.Studierea artei fotografice în școli ar influența pozitiv dezvoltarea personală a elevilor.	14.Studierea artei vizuale în școli ar ajuta tinerii să-și dea seama că pot fi pasionați de fotografie.	15.Studierea artei fotografice în școli ar contribui la dezvoltarea creativității elevilor.
N	Valid	611	611	611
	Missing	0	0	0
Mean		4,51	4,60	4,71
Std. Deviation		,745	,699	,600
Variance		,555	,489	,360

  

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	1	,2	,2	,2
Puțin adevărat	8	1,3	1,3	1,5
Neutru	63	10,3	10,3	11,8
Adevărat	148	24,2	24,2	36,0
Foarte adevărat	391	64,0	64,0	100,0
Total	611	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	2	,3	,3	,3
Puțin adevărat	3	,5	,5	,8
Neutru	26	4,3	4,3	5,1
Adevărat	107	17,5	17,5	22,6
Foarte adevărat	473	77,4	77,4	100,0
Total	611	100,0	100,0	

  

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	3	,5	,5	,5
Puțin adevărat	5	,8	,8	1,3
Neutru	43	7,0	7,0	8,3
Adevărat	129	21,1	21,1	29,5
Foarte adevărat	431	70,5	70,5	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Pentru a testa această ipoteză, vom analiza rezultatele obținute din evaluarea afirmațiilor: „Studierea artei fotografice în școli ar influența pozitiv dezvoltarea personală a elevilor”, „Studierea artei vizuale în școli ar ajuta tinerii să-și dea seama că pot fi pasionați de fotografie” și „Studierea artei fotografice în școli ar contribui la dezvoltarea creativității elevilor”.

Din câte putem observa, toate mediile răspunsurilor sunt foarte ridicate (peste **4,5**), ceea ce sugerează că majoritatea respondenților sunt de acord cu afirmațiile formulate: **4,51** pentru dezvoltarea personală, **4,60** pentru descoperirea unei pasiuni sau vocații, **4,71** pentru dezvoltarea creativității.

Iar valorile abaterilor standard sunt mici. Aceste valori indicând un consens puternic în favoarea ideii că studiul artei fotografice are efecte benefice asupra elevilor.

Abaterea standard de **0,745** pentru afirmația privind influența asupra dezvoltării personale indică faptul că răspunsurile sunt destul de concentrate în jurul mediei de **4,51**. Aceasta sugerează că majoritatea respondenților au opinii similare în ceea ce privește influența pozitivă a studiului artei fotografice asupra dezvoltării personale.

Abaterea standard de **0,699** pentru afirmația privind descoperirea unei pasiuni indică o dispersie ușor mai mică în răspunsuri în comparație cu prima afirmație, dar totuși destul de concentrată.

Aceasta sugerează că majoritatea respondenților sunt de acord că studiul artei fotografice ajută tinerii să-și descopere o pasiune pentru fotografie.

Iar abaterea standard de **0,600** pentru afirmația privind dezvoltarea creativității este cea mai mică dintre cele trei, indicând o dispersie foarte mică a răspunsurilor. Aceasta sugerează un consens foarte puternic între respondenți că studiul artei fotografice contribuie semnificativ la dezvoltarea creativității elevilor.

Având în vedere rezultatele de mai sus, **ipoteza este confirmată**, deoarece mediile ridicate și abaterile standard relativ mici indică un consens general că studiul artei fotografice are efecte benefice asupra dezvoltării personale, descoperirii unei pasiuni și dezvoltării creativității elevilor și studenților.

**Evaluare I<sub>L6</sub>** – Cei mai mulți români cumpără fotografie pentru conținutul acesteia, nu pentru autorul care le-a făcut;

**Statistics**

21. Când cumpăr fotografia artis

N	Valid	394
	Missing	217
Mean		4,51
Std. Deviation		,931
Variance		,866

21. Când cumpăr fotografia artistică, de obicei, sunt atras(ă) de conținutul fotografiei, nu de autorul fotografiei.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Deloc adevărat	11	1,8	2,8	2,8
	Puțin adevărat	7	1,1	1,8	4,6
	Neutru	34	5,6	8,6	13,2
	Adevărat	60	9,8	15,2	28,4
	Foarte adevărat	282	46,2	71,6	100,0
Total		394	64,5	100,0	
Missing	System	217	35,5		
Total		611	100,0		

Pentru a testa această ipoteză, am formulat afirmația „Când cumpăr fotografia artistică, de obicei, sunt atras(ă) de conținutul fotografiei, nu de autorul fotografiei.” și am evaluat răspunsurile.

O medie a răspunsurilor de **4,51** sugerează că majoritatea respondenților sunt de acord cu afirmația că sunt atrași de conținutul fotografiei mai degrabă decât de autorul acesteia. Pe o scară de la 1 la 5, o medie de peste **4,5** indicând un acord puternic.

Ipoteza poate fi considerată confirmată în baza mediei dar și a abaterii standard de **0,931** care indică faptul că răspunsurile sunt destul de concentrate în jurul mediei de **4,51**, chiar dacă există o ușoară variație. În contextul unei scale de la 1 la 5, o abatere standard sub 1 indică o dispersie

relativ mică a răspunsurilor. Aceasta sugerând că, deși majoritatea respondenților sunt de acord cu afirmația, există totuși unele diferențe în nivelul de acord.

În concluzie, **ipoteza este confirmată**, deoarece media ridicată a răspunsurilor indică un consens general că cei mai mulți români cumpără fotografii pentru conținutul acestora, nu pentru autor. Iar abaterea standard de **0,931** sugerează că, deși există o oarecare variație în răspunsuri, acordul general este foarte puternic.

**Evaluare I<sub>L7</sub>** – Români preferă diverse tipuri de fotografie, orientându-se mai mult spre fotografia de stradă și de peisaj;

Statistics

	32.Aș cumpăra fotografii din categoria street (stradă).	33.Aș cumpăra fotografii din categoria peisaj.	34.Aș cumpăra fotografii din categoria portret.	35.Aș cumpăra fotografii din categoria documentară.	36.Aș cumpăra fotografii din categoria de familie.	37.Aș cumpăra fotografii din categoria abstract.	38.Aș cumpăra fotografii din categoria fine art.	39.Am alte preferințe decât cele menționate mai sus.
N Valid	611	611	611	611	611	611	611	611
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,47	4,00	3,43	3,47	2,87	3,44	3,95	2,38
Std. Deviation	1,385	1,200	1,361	1,341	1,467	1,417	1,202	1,359
Variance	1,918	1,441	1,852	1,797	2,153	2,008	1,445	1,847

Pentru a testa această ipoteză, am formulat 8 afirmații care descriu acordul sau dezacordul respondenților cu privire la preferințele de consum și am evaluat răspunsurile.

Răspunsurile pentru fotografia de stradă au obținut o medie de **3,47** care indică un interes moderat spre ridicat pentru acest tip de fotografie. Iar răspunsurile pentru fotografia de peisaj au obținut o medie de **4,00** care indică un interes ridicat pentru acest tip de fotografie.

Alte categorii au medii mai mici decât cele pentru fotografia de stradă și de peisaj, exceptând fotografia tip fine art.

Din aceste rezultate, putem afirma că **ipoteza este parțial confirmată**. Fotografia de peisaj este într-adevăr mai populară decât alte tipuri de fotografie, în timp ce fotografia de stradă este mai puțin populară comparativ cu cea de tipul fine art. Ierarhia preferințelor este prezentată mai jos:

- Peisaj – 4,00
- Fine art – 3,95
- Stradă – 3,47
- Documentară – 3,47
- Abstractă – 3,44
- Portret – 3,43

- Alte preferințe - 2,38

Abaterile standard și varianțele răspunsurilor arată că, deși există un interes general pentru anumite tipuri de fotografie, preferințele variază destul de mult între respondenți, unele categorii având răspunsuri mai dispersate decât altele.

Așadar, **ipoteza este parțial confirmată**, deoarece fotografiile de stradă și de peisaj sunt în topul preferințelor, dar există și alte categorii apreciate destul de mult.

**Evaluare IL8** – Românii nu se gândesc la opțiunea de a investi în arta fotografică;

#### Statistics

40.Aș investi într-o fotografie arti

N	Valid	611
	Missing	0
Mean		2,76
Std. Deviation		1,383
Variance		1,912

40.Aș investi într-o fotografie artistică, în ideea că valoarea acesteia ar putea crește în timp.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Deloc adevărat	162	26,5	26,5	26,5
Puțin adevărat	95	15,5	15,5	42,1
Neutru	170	27,8	27,8	69,9
Adevărat	93	15,2	15,2	85,1
Foarte adevărat	91	14,9	14,9	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Pentru a testa această ipoteză, am formulat afirmația „Aș investi într-o fotografie artistică, în ideea că valoarea acesteia ar putea crește în timp” și am colectat răspunsuri pe o scală de la 1 la 5 (unde 1 = deloc adevărat, iar 5 = foarte adevărat).

Ipoteza inițială afirmă că românii nu se gândesc la opțiunea de a investi în arta fotografică. Media răspunsurilor de **2,76** indică faptul că majoritatea respondenților sunt destul de neutri (**27,8%**), dar ușor înclinați către dezacord față de ideea de a investi în fotografia artistică, (**26,5%**) sunt în dezacord total în timp ce (**14,9%**) sunt în acord total. Media răspunsurilor este situată sub valoarea medianei de 3 pe o scară de la 1 la 5, care reprezintă neutralitatea.

În consecință, ipoteza poate fi parțial confirmată, deoarece media este sub mediana 3, indicând o tendință de a nu lua în considerare investițiile în arta fotografică, deși nu este un refuz ferm. Iar abaterea standard de **1,383** indică o variație moderată a răspunsurilor în jurul mediei de **2,76**. Aceasta sugerează că există o diversitate semnificativă de opinii cu privire la investiția în fotografia

artistică. Și varianța de **1,912** denotă că, deși media răspunsurilor sugerează o tendință ușoară de a nu investi în arta fotografică, opiniile respondenților sunt diverse, cu un număr semnificativ de respondenți având păreri atât în favoarea, cât și împotriva ideii de a investi.

**Ipoteza este parțial confirmată**, deoarece media răspunsurilor sugerează o tendință generală de a nu lua în considerare investiția în arta fotografică, dar nu este un refuz ferm. În timp ce abaterea standard și varianța indică o diversitate de opinii printre respondenți, ceea ce sugerează că există grupuri de persoane cu diferite niveluri de interes față de ideea de a investi în fotografia artistică.

**Evaluare I<sub>19</sub>** – Consumatorii ar achita între 201 și 500 de lei pentru o fotografie artistică individuală;

#### Statistics

26. Câți bani ați fi dispus(ă) să a

N	Valid	611
	Missing	0
Mean		2,42
Std. Deviation		1,640
Variance		2,689

26. Câți bani ați fi dispus(ă) să achitați pentru o fotografie artistică de dimensiune medie (50 x 70cm), realizată de un fotograf român pe care îl apreciați

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Între 100 și 200 lei	183	30,0	30,0	30,0
Între 201 și 500 lei	245	40,1	40,1	70,0
Între 501 și 1000 lei	92	15,1	15,1	85,1
Între 1001 și 2000 lei	27	4,4	4,4	89,5
Între 2001 și 5000 lei	12	2,0	2,0	91,5
Peste 5000 lei	5	,8	,8	92,3
Nu aş cumpăra	47	7,7	7,7	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Pentru a răspunde la ipoteza de mai sus, am formulat întrebarea „Câți bani ați fi dispus(ă) să achitați pentru o fotografie artistică de dimensiune medie (50 x 70cm), realizată de un fotograf român pe care îl apreciați?”

**40,1%** dintre respondenți au afirmat că ar plăti între 201 și 500 lei. Iar media răspunsurilor de **2,42** indică faptul că există o probabilitate ca respondenții să fie dispuși să achite o sumă mai mare decât cea cuprinsă în intervalul 201 și 500 lei. Valoarea varianței de **1,640** indică o variație moderată a răspunsurilor în jurul mediei de **2,42**. Aceasta sugerează că există o diversitate semnificativă de opinii cu privire la suma pe care ar fi dispuși respondenții să o achite pentru o fotografie artistică.

În concluzie, **ipoteza este confirmată**, datele analizate mai sus susținând ipoteza.

**Evaluare IL10** – Consumatorii de fotografie artistică consumă astfel de produse sau servicii de cel puțin două ori pe an;

Statistics				28.Cât de des cumpărați fotografii artistice?						
		28.Cât de des cumpărați fotografii artistice?	29.Cât de des vizitați galerii cu fotografii artistice?	30.Cât de des cumpărați albume cu fotografii artistice?			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	Valid	611	611	611	Valid	Niciodată	218	35,7	35,7	35,7
	Missing	0	0	0		O dată la 5 ani	180	29,5	29,5	65,1
Mean		2,34	4,07	2,59		O dată la 2 ani	76	12,4	12,4	77,6
Std. Deviation		1,407	1,704	1,644		O dată pe an	89	14,6	14,6	92,1
Variance		1,979	2,902	2,704		De 2 ori pe an	20	3,3	3,3	95,4
						Mai multe ori pe an	28	4,6	4,6	100,0
						Total	611	100,0	100,0	

29.Cât de des vizitați galerii cu fotografii artistice?					30.Cât de des cumpărați albume cu fotografii artistice?						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Niciodată	49	8,0	8,0	8,0	Valid	Niciodată	216	35,4	35,4	35,4
	O dată la 5 ani	96	15,7	15,7	23,7		O dată la 5 ani	140	22,9	22,9	58,3
	O dată la 2 ani	87	14,2	14,2	38,0		O dată la 2 ani	83	13,6	13,6	71,8
	O dată pe an	109	17,8	17,8	55,8		O dată pe an	79	12,9	12,9	84,8
	De 2 ori pe an	73	11,9	11,9	67,8		De 2 ori pe an	34	5,6	5,6	90,3
	Mai multe ori pe an	197	32,2	32,2	100,0		Mai multe ori pe an	59	9,7	9,7	100,0
	Total	611	100,0	100,0			Total	611	100,0	100,0	

Pentru evaluarea acestei ipoteze am analizat 3 opțiuni de consum și anume: cumpărarea fotografiilor artistice, cumpărarea albumelor fotografice și vizita galeriilor de artă.

Din câte putem observa, **65,1%** dintre respondenți nu au cumpărat o fotografie artistică niciodată sau cumpără o dată la 5 ani. Iar **58,3%** dintre respondenți nu au cumpărat un album cu fotografie artistică niciodată sau cumpără o dată la 5 ani. În timp ce **32,2%** dintre respondenți au menționat că vizitează galerii cu fotografii artistice de mai multe ori pe an.

Din rezultatele de mai sus putem concluziona că fotografia artistică sub formă tipărită este consumată rar, **41,9%** dintre respondenți cumpără fotografie artistică individuală o dată la 2-5 ani iar **36,5%** dintre respondenți cumpără albume fotografice o dată la 2-5 ani. În timp ce consumatorii preferă să consume mult mai des fotografie artistică sub forma vizitelor la galeriile de artă, **32,2%** dintre respondenți vizitând de mai multe ori galerii cu artă fotografică.

Doar **7,9%** dintre respondenți cumpără fotografie artistică de cel puțin două ori pe an, **15,3%** dintre respondenți cumpără albume fotografice de cel puțin două ori pe an și **44,1%** dintre respondenți vizitează o galerie cu artă fotografică de cel puțin două ori pe an. Așadar, marea majoritate a respondenților practică formele de consum menționate mai sus mai rar decât de două ori pe an.

În concluzie, **ipoteza este respinsă**, datele analizate mai sus susținând răspunsul.

**Evaluare IL11** – Consumatorii nu au acces facil la produse din categoria artă fotografică și/sau galerii de artă care să prezinte fotografia artistică (nu știu de unde pot cumpăra fotografie);

Statistics				23.Știu unde pot găsi fotografie artistică de vânzare.				
		23.Știu unde pot găsi fotografie artistică de vânzare.	25.Am acces facil la produsele din categoria „artă fotografică” în localitatea mea	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
N	Valid	611	611	Deloc adevărat	74	12,1	12,1	
	Missing	0	0	Puțin adevărat	55	9,0	21,1	
Mean		3,69	3,27	Neutru	122	20,0	41,1	
Std. Deviation		1,410	1,460	Adevărat	96	15,7	56,8	
Variance		1,988	2,133	Foarte adevărat	264	43,2	100,0	
				Total	611	100,0	100,0	

**25.Am acces facil la produsele din categoria „artă fotografică” în localitatea mea**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Deloc adevărat	115	18,8	18,8	18,8
	Puțin adevărat	68	11,1	11,1	30,0
	Neutru	146	23,9	23,9	53,8
	Adevărat	104	17,0	17,0	70,9
	Foarte adevărat	178	29,1	29,1	100,0
	Total	611	100,0	100,0	

Pentru a testa această ipoteză, am formulat afirmațiile „Știu unde pot găsi fotografie artistică de vânzare.” și „Am acces facil la produsele din categoria artă fotografică în localitatea mea.”.

Pentru afirmația 1, media de **3,69** indică faptul că majoritatea respondenților sunt ușor înclinați să fie de acord că știu unde pot găsi fotografie artistică de vânzare, prin urmare, contrazice ipoteza.

Pentru afirmația 2, media de **3,27** indică o ușoară înclinare spre dezacord, ceea ce sugerează că accesul la produsele din categoria „artă fotografică” în localitatea lor este perceput ca fiind moderat, dar nu foarte facil.

Prin urmare, ipoteza nu poate fi confirmată pe deplin deoarece, în medie, respondenții au o idee destul de clară despre unde pot găsi fotografii artistice de vânzare, iar accesul în localitățile lor nu este perceput ca fiind foarte dificil. **57,9%** dintre respondenți știu de unde pot cumpăra o fotografie artistică, în timp ce **48,1%** consideră că au acces facil la produsele din categoria artă fotografică.

Abaterea standard pentru prima afirmație este de **1,410** și indică o variație moderată a răspunsurilor, sugerând că opiniile respondenților variază, dar nu extrem de mult. Variația de **1,988** confirmă această variație moderată.

Iar abatere standard pentru a doua afirmație de **1,460** indică o variație similară, ușor mai mare, ceea ce sugerează o diversitate de opinii mai mare în ceea ce privește accesul facil la produsele de artă fotografică. Variația de **2,133** confirmând această dispersie ușor mai mare a răspunsurilor.

Așadar, **ipoteza nu este confirmată pe deplin**, deoarece consumatorii par să știe unde pot găsi fotografie artistică de vânzare și percep accesul în localitățile lor ca fiind moderat. Iar abaterile standard și varianțele arată că există o diversitate moderată de opinii printre respondenți, sugerând că percepțiile asupra accesului la fotografia artistică și cunoașterii locurilor de vânzare sunt variate, dar nu extrem de dispersate.

## Evaluare IL12 – Cel puțin jumătate dintre consumatori nu pot numi un fotograf artist român;

Consuma fotografie \* 46.Vă rugăm să scrieți numele unui fotograf artist român care vă trece primul prin minte. Dacă vă este greu să vă amintiți, vă rugăm să lăsați căsuța necompletată. Crosstabulation

		46.Vă rugăm să scrieți numele unui fotograf artist român care vă trece primul prin minte. Dacă vă este greu să vă amintiți, vă rugăm să lăsați căsuța necompletată.		
		Nu cunosc	Cunosc	Total
Consuma fotografie	Nu	Count 45 % within 46.Vă rugăm să scrieți numele unui fotograf artist român care vă trece primul prin minte. Dacă vă este greu să vă amintiți, vă rugăm să lăsați căsuța necompletată. 20,0%	Count 22 5,7%	67 11,0%
	Da	Count 180 80,0%	Count 364 94,3%	544 89,0%
Total		Count 225 100,0%	Count 386 100,0%	611 100,0%

46.Vă rugăm să scrieți numele unui fotograf artist român care vă trece primul prin minte. Dacă vă este greu să vă amintiți, vă rugăm să lăsați căsuța necompletată. \* Consuma fotografie Crosstabulation

		Consuma fotografie		
		Nu	Da	Total
46.Vă rugăm să scrieți numele unui fotograf artist român care vă trece primul prin minte. Dacă vă este greu să vă amintiți, vă rugăm să lăsați căsuța necompletată.	Nu cunosc	Count 45 67,2%	Count 180 33,1%	225 36,8%
	Cunosc	Count 22 32,8%	Count 364 66,9%	386 63,2%
Total		Count 67 100,0%	Count 544 100,0%	611 100,0%

### Consuma fotografie

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nu	67	11,0	11,0	11,0
Da	544	89,0	89,0	100,0
Total	611	100,0	100,0	

46.Vă rugăm să scrieți numele unui fotograf artist român care vă trece primul prin minte. Dacă vă este greu să vă amintiți, vă rugăm să lăsați căsuța necompletată.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nu cunosc	225	36,8	36,8	36,8
Cunosc	386	63,2	63,2	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Pentru a evalua această ipoteză, vom analiza răspunsurile respondenților la întrebarea „Vă rugăm să scrieți numele unui fotograf artist român care vă trece primul prin minte. Dacă vă este greu să vă amintiți, vă rugăm să lăsați căsuța necompletată.” în funcție de răspunsul pe care l-au oferit la întrebarea „Ați cumpărat vreodată o fotografie artistică, un album cu fotografii artistice și/sau ați vizitat o galerie de arte unde erau expuse fotografii artistice?”.

Din câte putem observa, majoritatea respondenților (**63,2%**) au putut numi un fotograf artist în timp ce doar (**36,8%**) nu au putut numi un fotograf român.

Dintre persoanele care consumă fotografie artistică, **66,9%** cunosc un fotograf artist român. Iar **33,1%** nu cunosc un fotograf artist român.

În timp ce dintre persoanele care au declarat la prima întrebare că nu consumă fotografie artistică, **32,8%** cunosc un fotograf român. Iar **67,2%** nu cunosc un fotograf român.

Din rezultatele de mai sus putem deduce că, consumatorii de fotografie artistică își pot aminti mult mai ușor numele unui fotograf român în comparație cu nonconsumatorii. Diferența fiind una semnificativă. Prin urmare, această **ipoteză nu este confirmată**.

**Evaluare IL13** – Consumatorii consumă fotografie artistică din considerente terapeutice și din motiv că vor să susțină artiștii;

Statistics					
		41. Consum fotografie artistică pentru că mă face să mă simt mai bine, țin de starea de spirit, de starea mea emoțională.	43. Cumpăr fotografie artistică pentru că vreau să susțin artiștii și domeniul.		
N	Valid	611	611		
	Missing	0	0		
	Mean	4,00	3,48		
	Std. Deviation	1,186	1,314		
	Variance	1,407	1,726		

  

41. Consum fotografie artistică pentru că mă face să mă simt mai bine, țin de starea de spirit, de starea mea emoțională.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Deloc adevărat	37	6,1	6,1	6,1
	Puțin adevărat	34	5,6	5,6	11,6
	Neutru	106	17,3	17,3	29,0
	Adevărat	151	24,7	24,7	53,7
	Foarte adevărat	283	46,3	46,3	100,0
	Total	611	100,0	100,0	

43. Cumpăr fotografie artistică pentru că vreau să susțin artiștii și domeniul.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Deloc adevărat	70	11,5	11,5	11,5
	Puțin adevărat	62	10,1	10,1	21,6
	Neutru	160	26,2	26,2	47,8
	Adevărat	141	23,1	23,1	70,9
	Foarte adevărat	178	29,1	29,1	100,0
	Total	611	100,0	100,0	

Pentru a testa această ipoteză, am formulat afirmațiile „Consum fotografie artistică pentru că mă face să mă simt mai bine, țin de starea de spirit, de starea mea emoțională.” și „Cumpăr fotografie artistică pentru că vreau să susțin artiștii și domeniul.”

Din rezultatele de mai sus putem observa că **71%** dintre respondenți sunt de acord cu afirmația „Consum fotografie artistică pentru că mă face să mă simt mai bine, țin de starea de spirit, de starea mea emoțională.” Și **52,2%** dintre respondenți sunt de acord cu afirmația „Cumpăr fotografie artistică pentru că vreau să susțin artiștii și domeniul.”. Prin urmare, **ipoteza este confirmată**. Chiar dacă majoritatea consumatorilor aleg fotografia artistică mai degrabă pentru

efectele terapeutice ale acesteia, mai bine de jumătate dintre respondenți au ca și motivație de consum susținerea artiștilor și a domeniului.

**Rezultatele privind confirmarea ipotezelor sunt prezentate în tabelul centralizator de mai jos:**

<b>Ipoteză</b>	<b>Rezultat</b>
<b>I<sub>L1</sub></b> – Termenul „artă fotografică” este ambiguu și interpretat diferit de fiecare respondent;	Ipoteză respinsă
<b>I<sub>L2</sub></b> – Fotografiile de tipul documentar, jurnalism și de familie pot fi încadrate în categoria artă fotografică;	Ipoteză acceptată
<b>I<sub>L3</sub></b> – Fotografiile artistice sunt cele realizate de artiști consacrați;	Ipoteză respinsă
<b>I<sub>L4</sub></b> – În școlile și în universitățile din România nu există materii care să vizeze fotografia sau arta fotografică;	Ipoteză acceptată
<b>I<sub>L5</sub></b> – Studiarea artei fotografice în școli ar avea mai multe efecte benefice asupra elevilor și studenților, printre care: dezvoltarea personală, descoperirea unei pasiuni sau vocații și dezvoltarea creativității;	Ipoteză acceptată
<b>I<sub>L6</sub></b> – Cei mai mulți români cumpără fotografie pentru conținutul acesteia, nu pentru autorul care le-a făcut;	Ipoteză acceptată
<b>I<sub>L7</sub></b> – Românii preferă diverse tipuri de fotografie, orientându-se mai mult spre fotografia de stradă și de peisaj;	Ipoteză parțial acceptată
<b>I<sub>L8</sub></b> – Românii nu se gândesc la opțiunea de a investi în arta fotografică;	Ipoteză parțial acceptată
<b>I<sub>L9</sub></b> – Consumatorii ar achita între 201 și 500 de lei pentru o fotografie artistică individuală;	Ipoteză acceptată
<b>I<sub>L10</sub></b> – Consumatorii de fotografie artistică consumă astfel de produse sau servicii de cel puțin două ori pe an;	Ipoteză respinsă
<b>I<sub>L11</sub></b> – Consumatorii nu au acces facil la produse din categoria artă fotografică și/sau galerii de artă care să prezinte fotografia artistică (nu știu de unde pot cumpăra fotografie);	Ipoteză parțial acceptată
<b>I<sub>L12</sub></b> – Cel puțin jumătate dintre consumatori nu pot numi un fotograf artist român;	Ipoteză respinsă

IL13 – Consumatorii consumă fotografie artistică din considerente terapeutice și din motiv că vor să susțină artiștii;	Ipoteză acceptată
--	-------------------

## Explorarea și a altor rezultate

Pentru înțelegerea fenomenului de consum al artei fotografice, vom efectua mai multe corelații între răspunsurile respondenților, astfel încât să putem identifica mai multe legături cauză-efect și să le explicăm ulterior.

Evaluarea răspunsurilor pe categorii de întrebări:

1. Categoria „Ce reprezintă arta fotografică?”. Înainte de a cerceta un fenomen, e foarte important să înțelegem cum se raportează respondenții vizavi de acel fenomen și cum îl definesc/înțeleg. În etapa calitativă am constatat că fiecare respondent înțelege altceva prin termenul „artă fotografică”, respectiv, unii dintre respondenți au menționat că oricine ar putea face fotografie artistică. Prin urmare, în etapa cantitativă am formulat cinci întrebări care să ne ofere mai multă claritate cu privire la ce înțelege publicul larg prin termenul „artă fotografică”.

Statistics

		1.Termenul „artă fotografică” este ambiguu.	2.Unele fotografii de tip documentar și jurnalism pot fi considerate drept „artă fotografică”.	3.Unele fotografii de familie pot fi considerate drept „artă fotografică”.	4.Fotografiile artistice sunt cele realizate de fotografi cunoscuți (consacrați).	5.Fotografiile artistice sunt cele care respectă anumite reguli de realizare, indiferent cine le-a făcut.
N	Valid	611	611	611	611	611
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		2,27	4,32	4,07	1,80	3,33
Std. Deviation		1,398	,968	1,085	1,050	1,412
Variance		1,954	,937	1,177	1,103	1,994

Din rezultatele cercetării reiese că termenul de „artă fotografică” nu este ambiguu, prin urmare este clar pentru majoritatea respondenților. La fel, majoritatea respondenților sunt de acord că atât fotografiile documentare, de jurnalism cât și cele de familie pot fi considerate drept „artă fotografică”. De aici putem deduce că și consumul acestor tipuri de fotografie poate fi catalogat drept consum de fotografie artistică. Majoritatea respondenților (**55,3%**) nu sunt de acord că fotografiile artistice sunt cele realizate de fotografi cunoscuți (consacrați), prin urmare, oricine poate face o fotografie artistică. Aproape jumătate dintre respondenți (**49,6%**) au răspuns că afirmația „fotografiile artistice sunt cele care respect anumite reguli de realizare, indiferent de cine le face” este adevărată sau foarte adevărată. Prin urmare, putem concluziona că termenul

„artă fotografică” este destul de clar și că oricine poate face fotografie artistică dacă respectă niște reguli de realizare.

## 2. Categoria „Educație”.

Statistics			
	6. Am avut o materie care să vizeze arta fotografică în școală (Invățământ primar, gimnazial, liceal și/sau postliceal).	7. Am avut o materie care să vizeze arta fotografică la universitate.	8. În școlile din România, nu se acordă atenție fotografiei artistice.
N	Valid 611	611	611
	Missing 0	0	0
Mean	1,32	1,48	4,32
Std. Deviation	,971	1,199	1,135
Variance	,943	1,437	1,288

Majoritatea respondenților au răspuns cu „deloc adevărat” la afirmațiile cu privire la existența materiilor care să vizeze arta fotografică în școli și/sau universități. Răspunsurile la această afirmație sunt susținute și de faptul că majoritatea respondenților susțin că „În școlile din România, nu se acordă atenție fotografiei artistice.” Prin urmare, putem concluziona că avem claritate cu privire la percepția respondenților cu privire la educația fotografică din școlile din România.

## 3. Categoria „Efectele educației”.

Statistics												
	9. Studiarea artei fotografice în școli ar face ca viitorii adulți să consume mai multă artă fotografică.	10. Studiarea artei fotografice în școli ar influența pozitiv dezvoltarea personală a elevilor.	11. Ar fi suficient să se țină câteva cursuri de artă fotografică în școli.	12. Ar fi bine să existe o materie separată pentru arta fotografică în școli.	13. Ar fi o idee bună să existe o materie de tip opțional precum „arta fotografică”.	14. Studiarea artei vizuale în școli ar ajuta tinerii să-și dea seama că pot fi pasionați de fotografie.	15. Studiarea artei fotografice în școli ar contribui la dezvoltarea creativității elevilor.	16. Există mulți elevi care nu au ocazia să aibă un prim contact cu arta fotografică.	17. Subiecte umaniste precum „arta fotografică” ar trebui predate doar în școlile de profil.	18. Subiecte umaniste precum „arta fotografică” trebuie predate în toate școlile, indiferent de profil.	19. Consider că ar fi o idee foarte bună ca în cadrul școlilor să fie organizată cel puțin o vizită la o expoziție de fotografie.	
N	Valid 611	611	611	611	611	611	611	611	611	611	611	611
	Missing 0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,23	4,51	3,83	3,69	4,56	4,60	4,71	4,42	2,24	3,85	4,75	
Std. Deviation	,869	,745	1,074	1,164	,758	,699	,600	,956	1,298	1,226	,585	
Variance	,756	,555	1,153	1,354	,575	,489	,360	,913	1,684	1,503	,342	

Din rezultatele de mai sus putem afirma că studiarea fotografiei artistice în școli ar avea mai multe efecte benefice asupra elevilor, precum: influența pozitivă asupra dezvoltării personale a elevilor, ar contribui la dezvoltarea creativității și ar ajuta tinerii să-și dea seama că ar putea fi pasionați de fotografie, astfel încât să-și dezvolte un hobby sau o meserie în viitor.

Majoritatea respondenților (**4,56**) sunt de acord că ar trebui să existe o materie de tip opțional care să vizeze arta fotografică. În timp ce o mai mică parte dintre respondenți (**3,83**) sunt de acord că ar fi suficient să se țină câteva cursuri de artă fotografică în școli sau (**3,69**) că ar fi bine să existe o materie separată în acest sens. La fel, putem observa că respondenții nu sunt de acord (**2,24**) că subiecte umaniste precum arta fotografică ar trebui predate doar în școlile de profil. Și că sunt de

acord (**3,85**) că subiectele umaniste precum arta fotografică trebuie predate în toate școlile, indiferent de profil. Majoritatea respondenților (**4,75**) prezintă un acord foarte puternic că ar fi o idee foarte bună ca în cadrul școlilor să fie organizată cel puțin o vizită la o expoziție de fotografie.

Din datele de mai sus putem observa că majoritatea respondenților (**4,42**) sunt de acord că există mai mulți elevi care nu au ocazia să aibă un prim contact cu arta fotografică. Și pe de altă parte, sunt de acord (**4,23**) că studierea artei fotografice în școlile din România ar face ca viitorii adulți să consume mai multă artă fotografică. Prin urmare, putem observa că există o posibilă legătură de cauzalitate dintre educația vizuală și consumul de artă fotografică.

#### 4. Categoria „Consum general”.

Statistics									
		20. Am cumpărat cel puțin o dată o fotografie artistică	21. Răspundeți la această întrebare doar dacă ați cumpărat vreodată o fotografie artistică: „Când cumpăr fotografia artistică, de obicei, sunt atras(ă) de conținutul fotografiei, nu de autorul fotografiei.”	22. Am vizitat cel puțin o dată o galerie de arte unde erau expuse fotografii artistice.	23. Știu unde pot găsi fotografie artistică de vânzare.	24. Am cumpărat cel puțin o dată un album cu fotografii artistice.	25. Am acces facil la produsele din categoria „artă fotografică” în localitatea mea	26. Câți bani ați fi dispus(ă) să achitați pentru o fotografie artistică de dimensiune medie (50 x 70cm), realizată de un fotograf român pe care îl apreciați	27. Câți bani ați fi dispus(ă) să achitați pentru un album cu fotografii artistice de dimensiune medie (14x20 cm) de 100 pagini, realizat de un fotograf român pe care îl apreciați
N	Valid	611	394	611	611	611	611	611	611
	Missing	0	217	0	0	0	0	0	0
	Mean	3,11	4,51	4,52	3,69	3,28	3,27	2,42	5,75
	Std. Deviation	1,822	,931	1,128	1,410	1,815	1,460	1,640	1,927
	Variance	3,319	,866	1,273	1,988	3,293	2,133	2,689	3,714

Din datele de mai sus putem observa că **41,2%** dintre respondenți sunt foarte siguri că au cumpărat o fotografie artistică cel puțin o dată, în timp ce **9,7%** sunt mai puțin siguri însă suficient de siguri încât să afirme acest lucru. În concluzie, mai bine de jumătate (**50,9%**) dintre respondenți au cumpărat o fotografie artistică cel puțin o dată. La fel, (**53,7%**) dintre respondenți au cumpărat cel puțin o dată un album artistic.

Majoritatea respondenților (**86,8%**) au cumpărat o fotografie artistică pentru conținutul acesteia, nu pentru fotograficul artist care a făcut-o. Prin urmare, numele fotografului care a realizat fotografia reprezintă un factor mai puțin semnificativ când vine vorba de decizia de cumpărare.

Majoritatea respondenților (**88,7%**) au vizitat cel puțin o dată o galerie de artă unde sunt expuse fotografii artistice. De asemenea, (**58,9%**) dintre respondenți știu unde pot găsi fotografie artistică

de vânzare în timp ce (**46,1%**) dintre aceștia consideră că au acces facil la produsele din categoria „artă fotografică” în localitatea lor iar (**29,9%**) consideră că nu au acces facil.

În ceea ce privește disponibilitatea de plată pentru o fotografie artistică, cei mai mulți respondenți (**40,1%**) ar achita pentru o fotografie artistică între 201 și 500 lei iar (**30%**) ar achita între 101 și 200 lei. Prin urmare, (**70%**) dintre respondenți ar achita între 101 și 500 lei pentru o fotografie artistică. În cealaltă extremă se află persoanele care apreciază mai mult arta fotografică și ar achita mai mult pentru o fotografie artistică, **15,1%** dintre respondenți ar achita între 501 și 1000 lei, **4,4%** ar achita între 1001 și 2000 lei, **2,0%** ar achita între 2001 și 5000 lei, în timp ce doar **0,8%** ar achita peste 5000 lei.

Ce ține de disponibilitatea de plată pentru un album cu fotografie artistică, cei mai mulți respondenți (**20,5%**) ar achita între 201 și 300 lei pentru un album. Extremitățile fiind **1,1%** dintre respondenți care ar achita mai puțin de 40 lei și **13,9%** dintre respondenți care ar achita peste 400 lei. Din rezultatele de mai sus putem deduce că procentul persoanelor care apreciază mai mult arta fotografică este mai mare decât cele care o apreciază mai puțin.

## 5. Categoria „Frecvență consum”.

28.Cât de des cumpărați fotografii artistice?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Niciodată	218	35,7	35,7	35,7
O dată la 5 ani	180	29,5	29,5	65,1
O dată la 2 ani	76	12,4	12,4	77,6
O dată pe an	89	14,6	14,6	92,1
De 2 ori pe an	20	3,3	3,3	95,4
Mai multe ori pe an	28	4,6	4,6	100,0
Total	611	100,0	100,0	

29.Cât de des vizitați galerii cu fotografii artistice?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Niciodată	49	8,0	8,0	8,0
O dată la 5 ani	96	15,7	15,7	23,7
O dată la 2 ani	87	14,2	14,2	38,0
O dată pe an	109	17,8	17,8	55,8
De 2 ori pe an	73	11,9	11,9	67,8
Mai multe ori pe an	197	32,2	32,2	100,0
Total	611	100,0	100,0	

30.Cât de des cumpărați albume cu fotografii artistice?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Niciodată	216	35,4	35,4	35,4
O dată la 5 ani	140	22,9	22,9	58,3
O dată la 2 ani	83	13,6	13,6	71,8
O dată pe an	79	12,9	12,9	84,8
De 2 ori pe an	34	5,6	5,6	90,3
Mai multe ori pe an	59	9,7	9,7	100,0
Total	611	100,0	100,0	

31.Nu am vizitat nicio galerie cu fotografii artistice.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid adevarat	55	9,0	9,0	9,0
fals	556	91,0	91,0	100,0
Total	611	100,0	100,0	

Din tabelele de mai sus putem observa că **64,3%** dintre respondenți afirmă că, cumpără fotografie artistică în timp ce **35,7%** afirmă că nu cumpără. Cea mai mare frecvență de consum fiind o data la 5 ani (**29,5%**) dintre respondenți. Iar **64,6%** afirmă că au cumpărat un album cu fotografie artistică în timp ce **35,4%** afirmă că nu au cumpărat niciodată un album. Cea mai mare frecvență de consum de albume fiind o data la 5 ani (**22,9%**) dintre respondenți.

În cazul vizetelor la galeriile artistice, doar **8%** nu au vizitat niciodată o galerie cu fotografie artistică în timp ce **92%** au vizitat o galerie de cel puțin o dată la 5 ani. Cei mai mulți respondenți (**32,2%**) afirmă că vizitează o galerie cu fotografie artistică de mai multe ori pe an.

La fel, din întrebarea de test „Nu am vizitat nicio galerie cu fotografie artistică” putem deduce că respondenții au fost relativ sinceri. **9%** dintre respondenți au menționat că nu au vizitat nicio galerie cu fotografie artistică. Iar la întrebarea „Cât de des vizitați galerii cu fotografii artistice” **8%** dintre respondenți au menționat că nu au vizitat nicio galerie cu fotografie artistică. Abaterea este mică de **1%** care poate fi explicată și prin faptul că întrebarea de control a fost greu de înțeles.

## 6. Categoria „Preferințe consum”.

Statistics

	32.Aș cumpăra fotografii din categoria street (stradă).	33.Aș cumpăra fotografii din categoria peisaj.	34.Aș cumpăra fotografii din categoria portret.	35.Aș cumpăra fotografii din categoria documentară.	36.Aș cumpăra fotografii din categoria de familie.	37.Aș cumpăra fotografii din categoria abstract.	38.Aș cumpăra fotografii din categoria fine art.	39.Am alte preferințe decât cele menționate mai sus.
N Valid	611	611	611	611	611	611	611	611
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,47	4,00	3,43	3,47	2,87	3,44	3,95	2,38
Std. Deviation	1,385	1,200	1,361	1,341	1,467	1,417	1,202	1,359
Variance	1,918	1,441	1,852	1,797	2,153	2,008	1,445	1,847

În continuare vom analiza extremitățile preferințelor de consum ale tipurilor de fotografie artistică. Cel mai apreciat tip de fotografie este fotografia de peisaj cu o medie de 4,0 (**70,4%**) dintre respondenți au menționat că ar cumpăra astfel de fotografie. În timp ce fotografia din categoria familie este cea mai puțin apreciată 2,87 (**65%**) dintre respondenți au menționat că nu sunt de acord sau au fost neutri în privința achiziției acestui tip de fotografie.

## 7. Categoria „Motivații și forme de consum”.

Statistics

	40.Aș investi într-o fotografie artistică, în ideea că valoarea acesteia ar putea crește în timp.	41.Consum fotografie artistică pentru că mă face să mă simt mai bine, țin de starea de spirit, de starea mea emoțională.	42.Cumpăr fotografie artistică pentru că vreau să dețin un obiect de artă.	43.Cumpăr fotografie artistică pentru că vreau să susțin artiștii și domeniul.	45.Mă simt mândră/mândru după ce cumpăr o fotografie.
N Valid	611	611	611	611	611
Missing	0	0	0	0	0
Mean	2,76	4,00	2,66	3,48	3,26
Std. Deviation	1,383	1,186	1,396	1,314	1,308
Variance	1,912	1,407	1,948	1,726	1,712

Doar **31,1%** dintre respondenți ar face o investiție în fotografia artistică în timp ce **42,1%** nu ar face o astfel de investiție. La fel, putem observa că majoritatea respondenților (**71%**) au fost de acord cu afirmația „Consum fotografie artistică pentru că mă face să mă simt mai bine, țin de starea mea de spirit, de starea mea emoțională”. Următoarea motivație fiind cea de susținere a artiștilor și a domeniului (**52,2%**) urmată de dorința de a deține un obiect de artă (**28,5%**).

După cum putem observa, consumul de fotografie artistică ține mai degrabă de o nevoie intrinsecă (sunt de natură endogenă) decât de una extrinsecă.

La fel, putem observa că (**44,3%**) dintre respondenți asociază achiziția fotografiei artistice cu mândria.

### Concluzii și recomandări

1. Consumatorii știu și înțeleg ce reprezintă termenul „Artă fotografică”, aceștia consideră că atât fotografia de tip documentar, jurnalism cât și cele de familie reprezintă artă fotografică. La fel, aceștia consideră că arta fotografică poate fi realizată de orice persoană dacă aceasta respectă anumite reguli.
2. Educația fotografică este deficitară în România, cu o lipsă de materii dedicate în școli. Din studiu reiese că arta fotografică nu este studiată în școlile din România și foarte puțin studiată în universități. Așadar, în școlile din România nu se acordă atenție artei fotografice.
3. Studiarea artei fotografice în școli ar avea mai multe efecte benefice asupra elevilor. În primul rând, ar ajuta elevii să aibă un prim contact cu arta fotografică și i-ar face să își dea seama dacă au o vocație pentru acest domeniu. La fel, ar ajuta la dezvoltarea creativității elevilor dar și la dezvoltarea personală.

4. Cei mai mulți români cumpără fotografii artistice pentru conținutul acestora, nu pentru artiștii care le-au realizat. La fel, românii preferă cel mai mult fotografia artistică de peisaj, urmată de fotografia fine art și cea de stradă.
5. Românii nu sunt dispuși să investească bani în arta fotografică, nu văd în acest tip de investiție o oportunitate. Acest fenomen poate fi explicat și prin lipsa educației vizuale din învățământul român.
6. Cei mai mulți consumatori ar achita sume cuprinse între 201 și 500 lei pentru o fotografie artistică de dimensiune medie (50 x 70cm), realizată de un fotograf român. Cu toate acestea, un procent relativ mare de români ar plăti sume mai mari de 500 lei. Prin urmare, putem deduce că românii apreciază destul de mult arta fotografică, prin prisma banilor pe care ar fi dispuși să-i achite pentru o fotografie artistică.
7. Majoritatea românilor (58,9%) știu unde pot găsi fotografie artistică de vânzare. Iar o parte dintre aceștia (46,1) susțin că au și acces facil la fotografia artistică. Cu toate acestea, există un procent destul de mare de români care susțin că nu știu de unde pot cumpăra fotografie artistică și că nu au acces facil la arta fotografică. Prin urmare, există un potențial de dezvoltare în acest sens.
8. Peste jumătate (63,2%) dintre românii chestionați au putut numi un fotograf român. Acesta este un rezultat relativ bun. Acest rezultat poate fi influențat și de prezența activă a unor fotografi pe rețelele de socializare. Dar și prin faptul că o parte dintre respondenți au fost recrutați cu ajutorul unor fotografi artiști consacrați precum Jenő Major, Claudiu Guraliuc sau Ozolin Dușa.
9. Cei mai mulți români (71%) consumă fotografie artistică din motive terapeutice cum ar fi sporirea stării de bine. În timp ce mai puțini români cumpără fotografie pentru a susține artiștii și ramura.

#### **Legături cauză-efect identificate**

- Educația fotografică deficitară duce la un consum redus de artă fotografică.
- Consumul redus de artă fotografică duce la o ofertă redusă de fotografie artistică în piață, caracterizată prin prezența puținelor magazine de artă fotografică.
- Conținutul fotografiilor este un factor determinant în decizia de cumpărare, prin comparație cu artistul care a realizat fotografia.

## **Limite studiului**

- Mărimea eșantionului relativ redusă (611 persoane). Concluziile acestui studiu pot fi generalizate la o populație mai mare, însă cu prudență.
- Metoda de colectare a datelor prin chestionarele online poate duce la prezența unor erori.
- Concluziile acestui studiu sunt bazate pe o analiză statistică a datelor și pot fi interpretate diferit de către alți cercetători.

## **Direcții viitoare**

- Realizarea unui studiu longitudinal pentru a analiza evoluția consumului de artă fotografică în timp.
- Investigarea motivațiilor specifice ale diferitelor categorii de consumatori de artă fotografică.
- Identificarea strategiilor de creștere a accesului la arta fotografică în România.

## **Recomandări**

- Implementarea unor materii de educație fotografică în școli și universități. Acest lucru poate duce la descoperirea vocațiilor pentru fotografie. Care ulterior să influențeze cererea și oferta pentru fotografia artistică.
- Organizarea diverselor evenimente culturale precum festivalurile de fotografie artistică, în vederea promovării artei fotografice și a artiștilor români.
- Organizarea campaniilor de informare cu privire la beneficiile consumului de artă fotografică.
- Susținerea artiștilor români prin achiziționarea de fotografii artistice. Acest lucru ar încuraja fotografiile artiști să își expună mai frecvent lucrările sale și să caute mai multe canale de vânzare a lucrărilor. Acest lucru ar avea efecte benefice și asupra economiei.
- Facilitarea accesului la arta fotografică prin organizarea de expoziții și prin crearea de platforme online de vânzare.

## Anexe

**Anexa 1** (Chestionar aplicat consumatorilor și nonconsumatorilor de fotografie artistică)

### Cercetare cantitativă teză de doctorat drd. Fusu Grigore

Numele meu este Grigore Fusu și sunt doctorand al Școlii Doctorale de Economie și Administrarea Afacerilor din cadrul Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași. În cadrul cercetării de care mă ocup, mi-am propus să studiez motivațiile ce stau la baza consumului de artă fotografică.

Prin urmare, vă invit să participați la această cercetare ale cărei rezultate vor fi incluse în teza mea de doctorat. Acest chestionar include întrebări despre educația din școli, consumul de fotografie artistică și motivațiile care stau la baza consumului. Apreciez timpul pe care îl alocați acestui chestionar. Durata estimată pentru completarea acestuia este de aproximativ **7-15 minute**.

**Prin completarea acestui formular, vă dați consimțământul pentru prelucrarea și utilizarea informațiilor colectate.**

Vă amintesc că **nu există răspunsuri corecte sau greșite**. Va trebui să răspundeți la întrebări exact așa cum credeți/simțiți. Răspunsurile sunt **confidențiale** și **anonime** (nu sunt colectate date de identificare). Răspunsurile vor fi folosite **exclusiv în scop academic**. Aveți posibilitatea de a vă retrage din studiu în orice moment doriți.

#### ÎNTREBĂRI DE GRUPARE/TRIAJ:

**Ați cumpărat vreodată o fotografie artistică, un album cu fotografii artistice și/sau ați vizitat o galerie de arte unde erau expuse fotografii artistice?**

- Da  
 Nu

**Vă rugăm să alegeți opțiunea care descrie cel mai bine relația dvs. cu fotografia:**

- Nu fac fotografii  
 Nu am aparat foto, fac fotografii ocazional cu telefonul mobil  
 Am aparat foto și fac fotografii rar, nu sunt fotograf  
 Sunt fotograf amator  
 Sunt fotograf profesionist

#### CE REPREZINTĂ ARTA FOTOGRAFICĂ?

Această secțiune vizează obținerea unor date despre cum percep consumatorii „arta fotografică”.

*Pentru următoarele afirmații, vă rugăm să indicați cât de adevărate sunt acestea pentru dumneavoastră pe o scală de la 1 la 5 (unde 1 = deloc adevărat, iar 5 = foarte adevărat).*

##### 1. Termenul „artă fotografică” este ambiguu.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

2. Unele fotografii de tip documentar și jurnalism pot fi considerate drept „artă fotografică”.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

3. Unele fotografii de familie pot fi considerate drept „artă fotografică”.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

4. Fotografiile artistice sunt cele realizate de fotografi cunoscuți (consacrați).

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

5. Fotografiile artistice sunt cele care respectă anumite reguli de realizare, indiferent cine le-a făcut.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

## EDUCAȚIE

Această secțiune vizează obținerea unor date despre educația din școli cu privire la arta fotografică.

*Pentru următoarele afirmații, vă rugăm să indicați cât de adevărate sunt acestea pentru dumneavoastră pe o scală de la 1 la 5 (unde 1 = deloc adevărat, iar 5 = foarte adevărat).*

6. Am avut o materie care să vizeze arta fotografică în școală (învățământ primar, gimnazial, liceal și/sau postliceal).

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

7. Am avut o materie care să vizeze arta fotografică la universitate.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

8. În școlile din România, nu se acordă atenție fotografiei artistice.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

## EFACTELE EDUCAȚIEI

Această secțiune vizează obținerea unor date despre efectele educației vizuale din școli.

*Pentru următoarele afirmații, vă rugăm să indicați cât de adevărate sunt acestea pentru dumneavoastră pe o scală de la 1 la 5 (unde 1 = deloc adevărat, iar 5 = foarte adevărat).*

9. Studiarea artei fotografice în școli ar face ca viitorii adulți să consume mai multă artă fotografică.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

10. **Studierea artei fotografice în școli ar influența pozitiv dezvoltarea personală a elevilor.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

11. **Ar fi suficient să se țină câteva cursuri de artă fotografică în școli.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

12. **Ar fi bine să existe o materie separată pentru arta fotografică în școli.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

13. **Ar fi o idee bună să existe o materie de tip opțional precum „arta fotografică”.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

14. **Studierea artei vizuale în școli ar ajuta tinerii să-și dea seama că pot fi pasionați de fotografie.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

15. **Studierea artei fotografice în școli ar contribui la dezvoltarea creativității elevilor.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

16. **Există mulți elevi care nu au ocazia să aibă un prim contact cu arta fotografică.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

17. **Subiecte umaniste precum „arta fotografică” ar trebui predate doar în școlile de profil.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

18. **Subiecte umaniste precum „arta fotografică” trebuie predate în toate școlile, indiferent de profil.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

19. **Consider că ar fi o idee foarte bună ca în cadrul școlilor să fie organizată cel puțin o vizită la o expoziție de fotografie.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

## CONSUM GENERAL

Această secțiune vizează obținerea datelor despre consumul de fotografie artistică.

*Pentru următoarele afirmații, vă rugăm să indicați cât de adevărate sunt acestea pentru dumneavoastră pe o scală de la 1 la 5 (unde 1 = deloc adevărat, iar 5 = foarte adevărat).*

### 20. Am cumpărat cel puțin o dată o fotografie artistică.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

### 21. Răspundeți la această întrebare doar dacă ați cumpărat vreodată o fotografie artistică: „Când cumpăr fotografia artistică, de obicei, sunt atras(ă) de conținutul fotografiei, nu de autorul fotografiei.”

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

### 22. Am vizitat cel puțin o dată o galerie de arte unde erau expuse fotografii artistice.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

### 23. Știu unde pot găsi fotografie artistică de vânzare.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

### 24. Am cumpărat cel puțin o dată un album cu fotografii artistice.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

### 25. Am acces facil la produsele din categoria „artă fotografică” în localitatea mea.

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

*Vă rugăm să alegeți opțiunea care se potrivește cel mai bine cu răspunsul dvs.*

### 26. Câți bani ați fi dispus(ă) să achitați pentru o fotografie artistică de dimensiune medie (50 x 70cm), realizată de un fotograf român pe care îl apreciați:

- Între 100 și 200 lei
- Între 201 și 500 lei
- Între 501 și 1000 lei
- Între 1001 și 2000 lei
- Între 2001 și 5000 lei
- Peste 5000 lei
- Nu aş cumpăra

### 27. Câți bani ați fi dispus(ă) să achitați pentru un album cu fotografii artistice de dimensiune medie (14x20 cm) de 100 pagini, realizat de un fotograf român pe care îl apreciați:

- Mai puțin de 40 lei
- Între 41 și 70 lei
- Între 71 și 100 lei
- Între 101 și 150 lei
- Între 151 și 200 lei
- Între 201 și 300 lei
- Între 301 și 400 lei
- Peste 400 lei
- Nu aş cumpăra

## **FRECVENȚĂ CONSUM**

Această secțiune vizează obținerea datelor despre frecvența consumului de fotografie artistică.

*Vă rugăm să alegeți opțiunea care se potrivește cel mai bine cu răspunsul dvs.*

### **28. Cât de des cumpărați fotografii artistice?**

- Niciodată
- O dată la 5 ani
- O dată la 2 ani
- O dată pe an
- De 2 ori pe an
- Mai multe ori pe an

### **29. Cât de des vizitați galerii cu fotografii artistice?**

- Niciodată
- O dată la 5 ani
- O dată la 2 ani
- O dată pe an
- De 2 ori pe an
- Mai multe ori pe an

### **30. Cât de des cumpărați albume cu fotografii artistice?**

- Niciodată
- O dată la 5 ani
- O dată la 2 ani
- O dată pe an
- De 2 ori pe an
- Mai multe ori pe an

### **31. Nu am vizitat nicio galerie cu fotografie artistică.**

- Adevărat
- Fals

## **PREFERINȚE CONSUM**

Această secțiune vizează obținerea datelor despre preferințele de consum.

Pentru următoarele afirmații, vă rugăm să indicați cât de adevărate sunt acestea pentru dumneavoastră pe o scală de la 1 la 5 (unde 1 = deloc adevărat, iar 5 = foarte adevărat).

**32. Aș cumpăra fotografii din categoria street (stradă).**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

**33. Aș cumpăra fotografii din categoria peisaj.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

**34. Aș cumpăra fotografii din categoria portret.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

**35. Aș cumpăra fotografii din categoria documentară.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

**36. Aș cumpăra fotografii din categoria de familie.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

**37. Aș cumpăra fotografii din categoria abstract.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

**38. Aș cumpăra fotografii din categoria fine art.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

**39. Am alte preferințe decât cele menționate mai sus.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

## MOTIVAȚII ȘI FORME DE CONSUM

Această secțiune vizează obținerea datelor despre motivațiile de consum.

Pentru următoarele afirmații, vă rugăm să indicați cât de adevărate sunt acestea pentru dumneavoastră pe o scală de la 1 la 5 (unde 1 = deloc adevărat, iar 5 = foarte adevărat).

**40. Aș investi într-o fotografie artistică, în ideea că valoarea acesteia ar putea crește în timp.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

**41. Consum fotografie artistică pentru că mă face să mă simt mai bine, ține de starea de spirit, de starea mea emoțională.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

42. **Cumpăr fotografie artistică pentru că vreau să dețin un obiect de artă.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

43. **Cumpăr fotografie artistică pentru că vreau să susțin artiștii și domeniul.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

44. **Vă rog să bifați răspunsul calculului: doi plus unu.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

45. **Mă simt mândră/mândru după ce cumpăr o fotografie.**

1 (Deloc adevărat)	2 (Puțin adevărat)	3 (Nici adevărat, nici fals)	4 (Destul de adevărat)	5 (Foarte adevărat)
-----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------

46. **Vă rugăm să scrieți numele unui fotograf artist român care vă trece primul prin minte. Dacă vă este greu să vă amintiți, vă rugăm să lăsați căsuța necompletată.**

\_\_\_\_\_

## DATE DEMOGRAFICE

47. **Care este genul dvs.**

- Feminin  
 Masculin  
 Prefer să nu răspund

48. **Care este vârsta dumneavoastră? Vă rugăm să treceți în cifre numărul de ani împliniți.**

\_\_\_\_\_

49. **Care este nivelul dvs. de studii?**

- Studii primare (școala generală)  
 Studii liceale (liceu absolvit)  
 Studii de licență (absolvite)  
 Studii de master (absolvite)  
 Studii doctorale (absolvite)

50. **Care este statutul dvs. profesional?**

- Student (nu lucrez)  
 Angajat în companie de stat  
 Angajat în companie privată  
 Întreprinzător / liber profesionist  
 Altă opțiune

**51. Care este venitul dvs. personal (net):**

- Sub 2079 lei/lună
- 2079-3000 lei/lună
- 3001-4000 lei/lună
- 4001-5000 lei/lună
- 5001-6000 lei/lună
- Peste 6000 lei lună
- Nu doresc să ofer această informație

**52. Care este cetățenia Dvs.**

- Sunt cetățean român, cu reședința în România
- Sunt cetățean român, cu reședința în altă țară
- NU sunt cetățean român, AM reședința în România
- Nu sunt cetățean român, NU am reședința în România

**Vă mulțumim mult pentru timpul și ajutorul acordat. Dacă sunteți interesat(ă) de rezultatele studiului, vă rog să trimiteți un e-mail la adresa [grigore.fusu@gmail.com](mailto:grigore.fusu@gmail.com)**

## Bibliografie

- Boyatzis, R.E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Braun, V. and Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2). pp. 77-101. ISSN 1478-0887, Disponibil la: <http://eprints.uwe.ac.uk/11735>
- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage
- Guest, G., MacQueen, K.M. & Namey, E.E. (2012). *Applied Thematic Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- King, N. (2004). Using templates in the thematic analysis of text, in Cassell, C. & Symon, G. (eds.) *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*. London: Sage, pp. 256-270.
- Nowell, L.S., Norris, J.M., White, D.E. & Moules, N.J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria, *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), pp. 1-13.