



сприяє професіоналізації колективу, активне позитивне сприйняття його творчості численними слухачами.

Список використаних джерел:

1. Бобул І. Традиційна українська естрада в сучасному культурному просторі. Культурно-мистецьке середовище: творчість та технології: Матеріали XIV міжнарод. наук.-творчої дистанц. конф., Київ, 23 жовтня 2020 р. Київ: НАКККиМ, 2020. С. 15–17.

2. Тормахова В. Українська естрадна музика і фольклор: взаємопроникнення і синтез: монографія. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 204 с.

Людмила Обух,

*кандидат мистецтвознавства, доцент,
доцентка кафедри естрадно-вокального мистецтва
ЗВО «Університет Короля Данила»
(м. Івано-Франківськ)*

МЕНЕДЖМЕНТ МУЗИЧНИХ КОНКУРСІВ І ФЕСТИВАЛІВ У ЧАСІ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЗМІН

Чинниками визначення напрямів розвитку національної музичної культури, як і платформами формування нових соціокультурних ідей, є мистецькі фестивалі та музичні конкурси.

За тридцятирічну історію українського державотворення на національному та регіональному рівнях було організовано та проведено значну кількість різноматичних та різножанрових концертних заходів, конкурсів та фестивалів музичного мистецтва. Серед позитивних тенденцій історії їхнього менеджменту – вільне входження до світового інформаційного поля, пошук власних шляхів культурного розвитку українськими митцями, вільна гастрольна діяльність тощо. Серед негативних – форму-



вання наповнення бюджету культурних заходів, головним чином, лише з розрахунку на державні дотації, тобто відсутність на державному рівні закону про меценатство.

Загалом, проведення фестивалів, конкурсів чи інших заходів будь-якого формату – це надзвичайно велика організаційна робота із колосальною затратою людських ресурсів, яка охоплює такі засадничі завдання менеджменту:

- формування основних положень заходу на основі визначених культурних цілей та завдань;
- затвердження цілей та формування планів (від загальної стратегії до відповідальності за складання програми) для реалізації культурної та підприємницької політики заходу;
- інформування основних положень співучасникам та потенційним грошодавцям, формування бюджету заходу;
- співпраця з державними органами, ЗМІ, громадськими та мистецькими колами, закладами культури, освіти та іншими установами чи структурами;
- контроль за досягненням цілей як загальних, так і окремих, насамперед з дотримання проєктного бюджету;
- оцінка виконання культурного та комерційного завдань, згідно планування, тощо.

Відповідальним за виконання усіх завдань є оргкомітет заходу, котрий формується як ініціатором, так і засновником фестивалю чи іншого культурного заходу заздалегідь. У реальності розподіл завдань та відповідальності за їх реалізацію буде варіюватися і визначатися відповідними соціокультурними умовами та наявним персоналом. Чим масштабніший захід, тим більший розподіл відповідальності. Адже за законами менеджменту – рівень організації дорівнює рівню популярності, а популярність – це прибуток.

У наш час соціокультурних змін, спричинених, не лише стрімким розвитком цифрових технологій, а й постійним пошуком нових форм і засобів життєдіяльності, більшість з культурних ініціатив поєднували у собі інноваційні практики організації та проведення, включаючи проєкти «Open Air», мода на



які розпочалась в останні роки першої чверті ХХІ-го ст.

Проекти «Open Air» (просто неба) – інноваційні форми проведення музичних фестивалів, котрі не обмежуються закритими стінами і сценою якогось одного приміщення. Обладнання фестивалів залежить від формату, величини, музичного спрямування, а також погодних умов. Такий вид фестивалів швидко завоював аудиторію, а в Україні він набув популярності від 2017-го року, здебільшого, в контексті мультижанровості. Йдеться про надання переваги у виборі зручної локації проведення та розташування одночасно декількох сцен чи сценічних майданчиків. Наприклад, великі міста (індустріальні центри) чи відокремлені регіони перетворюються на інфраструктурні туристичні та дозвілліві місця (так званий, подієвий туризм), а сам фестиваль може з легкістю набувати мультижанрових ознак.

Зокрема, відомим у молодіжних мистецьких колах став мультижанровий *музичний фестиваль «Флюгери Львова»*, започаткований у 2000-х роках. Новий формат проведення у 2019-му році передбачав використання різних локацій з облаштуванням чілаут-зон як вдень, так і вночі, розширення музичних жанрів та залучення більшої кількості виконавців у різних локаціях одночасно. Організаційну кухню таких заходів можна описати на прикладі одного з десятки найкращих мультижанрових фестивалів світу експериментальної та електронної музики – *Міжнародного фестивалю «Brave! Factory»*, котрий вперше відбувся в Україні у 2017-му році на території Київметробуду і у продовж наступних років збирав чисельних прихильників свободи самовираження. Так, на локації упродовж декількох місяців тривала активна підготовка сцен, челенж-зон (відпочинку), танц-поля, групою робочих готувалися усі необхідні інсталяції. Менеджерська команда перевищувала десяток професіоналів, що координували різні напрямки діяльності – від арт-дизайну до волонтерських груп. Цікавим щодо проєктного менеджменту може стати досвід ще одного мультижанрового *Міжнародного фестивалю клезмерської музики та*



єврейської культури «Kyiv Fest Klezmer. Music. Art. Education», започаткований у 2018-му році – чітко визначається місце та дата, цільова аудиторія (шанувальники джазу, електронної, академічної та народної музики; активні користувачі соціальних мереж, учасники головних культурних подій України), промо тур (міста туру, спеціальна програма фестивалю, анонси), не музична програма (міні-фести, майстер-класи, екскурсії, квести, виставки, презентації), рекламна кампанія (інтернет – сайти, тангетингові реклами у соцмережах, портали; радіо – годинні програми, ролики, аристократи; зовнішня – сітілайти, метро, брендмауери; преса, PR – друковані та інтернет-видання, ток-шоу). Щорічний мультижанровий міжнародний некомерційний Фестиваль високого мистецтва «Bouquet Kyiv Stage Festival» з великим успіхом відбувається у Києві від 2018 року. Пояснює назву символ фестивалю – букет, створений київським художником О. Дубовиком, що символізує композиційне об'єднання гармонії, цілісності, щедрості та дарування. Засновники та організатори – український культурний центр «Дом Мастер Клас», Національний заповідник «Софія Київська» та американська агенція «UArtist Music» (США). Закордонні учасники складають більше третини фестивальної програми, що поєднує музику, візуальне мистецтво, кіно, театр та літературу. Музична палітра представлена академічним, джазовим, електронним та експериментальним жанрами. Унікальним за формою Open-air-проведення став Міжнародний фестиваль актуального мистецтва «Porto Franko» (з італ. – вільний порт, від 2014 року, м. Івано-Франківськ), метою якого було створення та презентація мистецьких перформансів, що вступають в діалог з публікою та архітектурними локаціями. Відкриті концертні майданчики розміщувалися по усьому середмісті, перетворивши його на єдиний навколокультурний простір. До презентації музичних творів залучали навіть гелікоптери та літак «Ан-2» як елементи сценографії [2, с. 278–280].

У зв'язку з карантинними обмеженнями, спричиненими пандемією коронавірусу COVID-19 та повномасштабною війною



України з російським агресором, більшість мистецьких конкурсів та фестивалів змушені були переформатовувати свою діяльність. Прийняті на законодавчому рівні необхідні міри безпеки [1] спричинили до переформатування організаторами, фактично, усіх мистецьких заходів з *офлайн-режиму в онлайн*. Варто зауважити, що, така практика проведення не потребує великих економічних затрат. Зокрема, зникає проблема трансферу та розміщення учасників, їх харчування та проживання, необхідності найму персоналу для забезпечення належної технічної організації заходів тощо. Окрім того, охоплення онлайн великої кількості цільової аудиторії пришвидшує поширення важливих меседжів та ідей, задля яких і проводяться культурно-мистецькі заходи, а також спрощує PR-кампанію. Ще однією перевагою онлайн-форми проведення є спрощена процедура прийняття участі та відносно лояльна цінова політика конкурсного збору. Таким чином, через організаторів заходу виконавці можуть масово популяризувати свої виступи в мережі інтернет та здобувати блискавичну зворотну реакцію у вигляді коментарів чи інших відгуків кожного з глядачів. Спростилася й сама процедура охоплення цільової аудиторії та можливість поширення інформації про дійство у максимально короткий час [2, с. 286–287]. Проте, і така форма організації у період війни не захищена від форс-мажорних обставин та може бути під загрозою зриву часових меж через відсутність електроенергії чи інтернет-мережі.

Отже, проведення музичних конкурсів і фестивалів у часі соціокультурних змін залежить від культурних ініціатив як на загальнодержавному, так і на місцевому рівні. Організація таких заходів дає поштовх розвитку українського музичного мистецтва, його популяризації серед широких верств населення, а особливо серед молоді. Окрім того, музичні конкурси і фестивалі – це потужне соціальне явище, а їх менеджмент забезпечує налагодження міжкультурної комунікації, створення культурно-мистецького та видовищного простору як форми дозвілленої практики, національне спрямування стратегії культурного розвитку.



Список використаних джерел:

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19» №629-IX від 21.07.2021. ВВР. 2020. № 43. Ст. 371.

2. Обух Л. В. Менеджмент академічної музики в соціокультурному просторі України (кінець ХХ – початок ХХІ століть) : монографія. Івано-Франківськ: Симфонія форте, 2021. 460 с.; іл.

Обух Людмила Василівна,

*кандидат мистецтвознавства, доцент, доцентка
кафедри естрадно-вокального мистецтва
ЗВО «Університет Короля Данила»,
(м. Івано-Франківськ),*

Терентяк Денис Михайлович,
*здобувач II курсу спеціальності
025 «Музичне мистецтво»
ЗВО «Університет Короля Данила»,
(м. Івано-Франківськ)*

ФАНДРЕЙЗИНГ МИТЦІВ ПРИКАРПАТТЯ ДЛЯ ЗСУ

Агресивне вторгнення російської федерації на територію України на початку ХХІ-го століття спричинило не лише повномасштабний воєнний, але й соціокультурний опір нації. Український культурний фронт швидко зорієнтувався на усунення експансії з усіх сфер мистецького простору, взявшись витіснити з масових заходів та медійних ефірів російський культурний продукт. Українська музика, як і українське слово, аж через