

УДК 7.07.092

Павлішина Н.М.¹, Тітова Д.О.²

¹ канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка».

² студ. гр. БТЕ-1112 НУ «Запорізька політехніка»

МУЗИЧНІ ІВЕНТИ ЯК ПРИКЛАД ПОЄДНАННЯ ПОДІЄВОГО, ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ТА ТОВАРНОГО МАРКЕТИНГУ

Україна завжди була музично обдарованою країною: весь світ слухає композиції Лисенка, Леонтовича та інших відомих композиторів. Відповідно в українців є професійні музиканти, продюсери та організатори івентів.

Саме поняття «івент» (англ. «захід») позначає подію. До івентів додається класифікація – відповідно, музичні івенти - це музичні заходи. До таких входять фестивалі, концерти, конкурси та мюзикли.

Історія українських музичних івентів сягає ще часів СРСР: перші музичні фестивалі проводились вже в 1930-1940-х роках, а розквіт їх припав на 1960-ті роки. Метою їх проведення були пошук неблагодійних та занадто сміливих музикантів, контролювання вільного часу населення, ідеологічне виховання населення [3, с. 143]. Особливістю музичних івентів є те, що їх організаторами виступають ентузіасти та фанати своєї справи. Завдяки цьому сучасним заходам притаманна тематична різноманітність, зумовлена культурним рівнем, досвідом, фінансовими можливостями, навичками менеджменту і маркетингу організаторів [1, с. 184].

Фестивалі в Україні – один з найпопулярніших жанрів музичних івентів. Перші фестивалі з'явились в 1960-1970-х рр. – «Київська весна», «Мелодії друзів», «Рок-парад» та інші. Найвідомішим фестивалем вважається «Червона рута», що з 1989 р. року проводиться в різних містах України. Після 1991 р. ситуація не змінилась. В цьому році відбувається Міжнародний гуцульський фестиваль – культова подія Гуцульщини, фольклорно-етнографічний фестиваль та Міжнародний фестиваль українського фольклору «Берегиня» у Луцьку (з 1991 р.). Також можна виділити Міжнародний фестиваль «Великдень у Космачі» (Івано-Франківська обл., з 2007 р.), «Гогольfest» (з 2007 р.), «Таврійські ігри» (1992-2008 рр.) та «Київ Музик Фест» (1990) [2, с. 70]. Назва фестивалів говорить про територіальну прив'язку, а отже реалізується територіальний маркетинг. До того ж подібні фестивалі тривають декілька днів, а отже учасниками та відвідувачам потрібно харчуватись, розважатись – включається маркетинг товарів та послуг. Значну цікавість викликає сувенірна продукція. Тож у фестивалі як події сплітаються територіальний маркетинг та маркетинг товарів / послуг.

Після 2014 р. музичні фестивалі пройшли певну трансформацію – частині довелось переїжджати з окупованих територій, в основному з Криму та почали більше звертати увагу на політичні та моральні переконання його учасників. Проте, незважаючи на це, фестивалі регулярно проводяться в Україні та, безперечно, є одним з найпопулярніших видів музичних івентів. Музична індустрія взяла курс на європейську інтеграцію та європейську культуру загалом [2, с. 71]

Інший вид івенту – музичні конкурси – відрізняються від фестивалів насамперед більшою строгістю відбору та увагою до змісту, проте інколи ці поняття можуть змішуватись. Конкурси можуть бути як і авторських пісень, так і на найкраще виконання певних композицій (здебільшого класичних). Найпопулярнішими конкурсами є «Х-Factor», Всеукраїнський конкурс хорового мистецтва ім. Лесі Українки, Міжнародний дитячий та юнацький фестиваль-

конкурс духовної творчості «Духовні джерела», Дитячий конкурс академічного співу «Поліська рапсодія» тощо [5, с. 391].

Концерти – також цікавий жанр музичного івенту, який активно почав розвиватись після проголошення незалежності. Вони, як правило, проводяться або в рамках турів окремих виконавців, або на різноманітних фестивалях. Серед головних тенденцій концертного життя України є:

- посилення видовищного компоненту;
- розширення музичної палітри;
- різноманітні фольклорні напрями;
- розширення концертних осередків (долучення музеїв, храмів, культурних центрів та інших подібних місць). [4, с. 99].

Концерти залучають багато відвідувачів, а отже дотичні до концерту бренди мають відмінну площадку для просування.

Музичні івенти в Україні мають багату історію та динамічно розвиваються з початку незалежності. Зараз вони так само продовжують розвиватись, незважаючи на політичну та економічну ситуацію, відповідно до бажань та потреб слухачів: влаштовуються благодійні концерти, де збирають на зброю і техніку для ЗСУ, музиканти перекладають власні пісні українською мовою та активніше виражають свою позицію, а організатори фестивалів роблять акцент саме на українські пісні. Проведення музичних івентів у складні політичні, економічні та культурні кризові моменти дає поштовх для розвитку музичного простору країни та сприяє моральному піднесенню громадян, тому вони все ще активно проводяться в Україні та складають конкуренцію зарубіжним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Виткалов С.В. Фестивальний рух як культурний феномен сучасності: аналіз регіонального вектора. Культура України. 2016. Вип. 62. Рівне: РДГУ, 2016. С. 182-187.
2. Кузьменко Т.Г. Перспективи розвитку музичних фестивалів в Україні. Україна в світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство: тези доповідей Міжнарод. наук.-практ. Конф. К іїв, 23-24 березня, 2022 р. С. 69-72
3. Ігнат'єва Я. Фестивально-конкурсний рух в еволюції зарубіжного та українського музичного мистецтва. Актуальні питання гуманітарних наук. - 2018. – Вип. 20(1). – С. 142-146. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2018_20%281%29_30
4. Левко В. І. Актуальні тенденції концертного життя України кінця ХХ - початку ХХІ століття. Журнал: Культура і сучасність. – 2016. – С. 98-104. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kis_2016_1_20
5. Зінська Т.. Музичні конкурси та фестивалі в контексті соціокультурного проектування в Україні кінця ХХ – початку ХХІ століття.

Професійна мистецька освіта і художня культура: виклики XXI століття. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (14-15 квітня 2016 року). – Київ. 204 с. С. 384-395. – Режим доступу: T_Zinska_2016_14_04_konf_IM.pdf