УДК 007: 304: 659.3

ФЕСТИВАЛЬНИЙ РУХ У МАС-МЕДІА НА ТЛІ РОЗВОЮ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ

Віталій Гандзюк
Вінницький державний педагогічний університет імені М. Коцюбинського, вул. Острозького, 32, Вінниця, 21100, Україна, e-mail: info@vspu.net

Стаття досліджує динаміку висвітлення фестивального руху в мас-медіа України в роки незалежності, визначає проблеми популяризації подібних мистецьких заходів, їхню ефективність, тенденції розвитку, традиції, новаторство, значення для соціуму.

Ключові слова: фестиваль, мистецтво, культура, мас-медіа, інформація, тематика, громадськість, традиції.

Фестивальний рух — явище, яке набуло широкого поширення на теренах України в перші роки її незалежності. Популяризація мистецьких форумів дало змогу соціуму дізнатися більше інформації про культурне середовище, в якому він перебуває, протиставляти рівень українських мистецьких заходів світовим.

Актуальність дослідження полягає в тому, що фестивальний рух — достатньо розповсюджене явище на шпальтах періодики, в радіо- та телепрограмах, на сторінках Інтернет-видань. Проте вагомим недоліком є відсутність ґрунтовних наукових досліджень, які б демонстрували рівень інформативності про фестивалі різними типами засобів масової комунікації.

Мета дослідження — простежити динаміку висвітлення фестивального руху в засобах масової інформації України в роки незалежності.

Для аналізу фестивального руху у ЗМІ найбільшу джерельну цінність мають праці О. Голіка, К. Давидовського, Н. Зражевської, О. Керц, Л. Мельник, С. Пташенко, З. Рось, О. Ущапівської, Б. Фільц, М. Черкашиної-Губаренко, С. Чернецької та ін.

У сучасному розумінні фестиваль — мистецький захід чи цикл заходів, що відбуваються одноразово чи періодично, в певному місці чи регіоні, об’єднані спільною тематикою та відбуваються в особливо святковій атмосфері [5, с. 90]. Дати статистичний опис українських фестивалів у культурно-мистецькому середовищі України 1990-2012 рр. фактично неможливо, з огляду на значний рівень «плинності» в цій галузі.

Рівень успішності проведення мистецького форуму залежить від подачі. Вона має бути цікавою та неординарною, аби примусити індивідуума відвідати саме це дійство. Тому організатори фестивалю вдаються до специфічних мані-

© Гандзюк В., 2013

пуляцій при підготовці презентації, таких як майстер-класи, виступи хедлайнерів на концертах, проведення одночасно декількох заходів (дві чи три театральних постановки) тощо.

Перші фестивалі-конкурси естрадного мистецтва в Україні поступово стали пов'язуватись із шоу-бізнесом — комерційною діяльністю в галузі різних видів мистецтва [3, с. 112]. Тому популяризація форумів здійснюється за такою формулою: висвітлення інформації про захід у ЗМІ призводить до істотного збільшення аудиторії фестивалю. Виникає взаємозалежність престижності заходу від його розголосу у мас-медіа.

У процесі ж проведення самих заходів організатори взаємодіють з конкретними відвідувачами, тобто здійснюють директ-маркетингову комунікацію, а за необхідності можуть продовжити взаємодіяти зі ЗМІ з метою інформування про тривання цього заходу [7, с. 226].

Функції, які раніше виконували пленуми, з'їзди, декади і огляди творчості композиторів, тепер частково перейшли на фестивалі і окремі проекти [15, с. 80].

Ефективність фестивалю залежить від трьох аспектів: фінансування, організації та рівня вмінь учасників. Чим вищі ці показники, тим більша популярність мистецького форуму. Виходячи з цього, можемо зробити висновок, що сучасні ЗМК покликані не лише інформувати своїх читачів про такі вагомі культурні події, як фестиваль, а й свого роду створювати цим мистецьким заходам імідж, постійно опубліковуючи інформацію про них.

Подібні дійства завжди були і залишаються привабливими для засобів масової інформації. Тому, незважаючи на велику кількість описового матеріалу, питання «конкурсизації» сучасного художнього процесу в цілому залишаються поки не достатньо розробленими [6, с. 47].

З неабиякою активізацією фестивального руху в Україні все більше друкованих, телевізійних, радіомовних медіа та Інтернет-видань звертають свою увагу на ці мистецькі дійства.

Проте сучасний інформаційний простір багато в чому заблокований для отримання важливої та цікавої інформації про провідні не лише українські, а й світові фестивалі. Однак наразі існує низка потужних Інтернет-порталів та сайтів, таких як YouTube, Facebook, Twitter тощо. За допомогою них розповсюджується якісний та цікавий медіа продукт [9]. Крім того, реципієнт має змогу самостійно фільтрувати інформацію й автоматично відбирати лише ту, яка йому потрібна, а все інше ігнорувати.

Що стосується друкованих засобів інформації, то тут спостерігаємо таку тенденцію: про фестивалі пишуть не лише спеціалізовані газети та журнали культурної тематики, а й всеукраїнські та регіональні видання загальнотематичного характеру. Якщо фестиваль має всеукраїнський масштаб, до описів про нього вдається загальнодержавна преса. Якщо ж він локальний, проводиться лише в певному регіоні й розрахований на мешканців конкретної області чи міста, інформація про таке мистецьке дійство зацікавить регіональні медіа.

До прикладу, культурними символами Донецька слугують фестивалі «Прокоф'євська весна» з 1981 р., «Театральний Донбас» з 1992 р., «Зірки світового балету» з 1994 р., «Золотий ключик» з 1997 р., «Піано-форум», і «Квітневий благовіст» з 2002 р., фестиваль дитячих балетних спектаклів «Гран-Па» з 2004 р., джазові фестивалі тощо. Проте, незважаючи на кількість акцій, сам фе-

стивальний рух висвітлюється лише у масових періодичних виданнях. Виняток не становлять і фестивалі, що проводяться Донецькою обласною філармонією як державним закладом культури, зокрема «Прокоф'євська весна», «Піанофорум» та «Квітневий благовіст» [12, с. 41-42].

На початку 90-х років рівень розвитку донецької музично-педагогічної школи та її кадровий потенціал дозволив ініціювати проведення конкурсу «Молоді піаністи на батьківщині Сергія Прокоф'єва», а на початку 2000-х — «Солов'їного ярмарку» ім. Анатолія Солов'яненка. Результати їх проведення на сьогодні знайшли своє висвітлення лише на шпальтах періодичних видань «Вечерний Донецк», «Акцент Украины», «Жизнь», «Стахановец», «Негоциант», «Донбасс», «Донецкий кряж» [11, с. 90].

Одним із вагомих пластів фестивального мистецтва в Україні є джаз. У цьому плані на споживача інформації (читача, глядача, слухача) великий вплив справляє вітчизняне телебачення.

Але програми з трансляцією джазових концертів і виступів відомих джазових виконавців — дуже рідкісне явище на екранах телебачення, і все, що робиться в цій галузі, проходить повз нього. Велику роботу щодо популяризації джазової музики у свій час проводив журнал «Нота», а в останні роки — журнал «Афіша», новостворений журнал «Джаз», агентство «Театр джазу», радіопередачі з «Ренесансу» Діми Гальона та «Ера» Олексія Когана [8, с. 89]. У Вінницькій області цей музичний жанр популяризує канал «ВДТ», який готує передачу «Від класики до джазу».

Важливе місце посідають і кінофестивалі. Одним з найвідоміших є «Молодість», історія якого бере початок з 1970 р. До першої програми фестивалю увійшли 34 документальні, науково-популярні, ігрові й анімаційні стрічки, відзняті протягом 1965-1970 рр. Оглядач газети «Культура й життя» А. Ципенюк відзначав: «Різноманітність і кількість тем, порушених молодими спеціалістами, свідчить про широту їхнього творчого діапазону, про вміння вибрати саме те, що може яскравіше і повніше розкрити їхню індивідуальність, давши поживу розумові й серцю кіноглядачів» [4, с. 121].

У перші роки інтерес до подій кінофестивалю «Молодість» виявляє лише спеціалізована преса — коротенькі огляди на шпальтах тижневиків «Культура і життя», «На екранах України» і в журналі «Новини кіноекрану». Від 1989 р. фестиваль починає видавати власний каталог фільмів (раніше друкувалися тільки розклади кінопоказів), в якому віддзеркалюється неоднозначність мовної ситуації тодішньої України.

Рон Голловей за півтора десятиліття видрукував чимало матеріалів про «Молодість» і українських кіно-митців на шпальтах таких впливових фахових видань як «Hollywood Reporter», «Variety», а також у німецькому оглядовому щоквартальнику «German Film» [4, с. 130-131].

«Київ музик фест» також всебічно висвітлений у ЗМІ. Однією з впливових постатей на фестивалі у роки заснування був композитор Ігор Соневицький. Журналіст Марія Загайкевич намагалася бути на всіх авторських концертах Ігоря Соневицького. Вона цікавилась його творчістю, написала про нього низку статей, які опубліковані в журналі «Музика» [14, с. 451].

«Київ Музик Фест» — перший фестиваль в Україні, що створив власний прес-центр, на чолі з кандидатом мистецтвознавства Галиною Степанченко, яку пізніше змінила Ірина Сікорська. До складу прес-центру, за задумом

І. Карабиця, увійшли музикознавці старшого й середнього поколінь і творча молодь — студенти, аспіранти та молоді викладачі Київської консерваторії [1, с. 434].

Подекуди засновниками фестивалів стають навіть інформаційні центри. Наприклад, ініціатором фестивалю «Шешори» є інформаційно-видавничий центр «Зелене досьє». Крім «шешорського» фестивалю етнічної музики, центром організовано й реалізовано десятки національних та міжнародних проектів, зокрема: стрічку щоденних екологічних новин (1998 - 2002); екологічну програму «Зелених Таврійських ігор» (1998); найбільший європейський екологічний табір для молоді «Екотопія — 2003», вуличні акції та концерти, присвячені Міжнародному Дню без авто та Дню Землі; серію короткометражних телефільмів про розв'язання екологічних проблем (2002), документальні фільми «Музики» та «Мольфар» циклу «Карпатські ознаки»; висвітлення Всесвітньої зустрічі щодо стійкого розвитку в Йоганнесбурзі (2002) та інформаційну підтримку медіа під час V Конференції міністрів «Довкілля для Європи» (2003) тощо [16].

Партнерами «Зеленого досьє» в організації фестивалю є урядові установи, громадські організації та комерційні підприємства: Польський інститут у Києві, Чеський центр в Україні, Французька культурна програма в Україні, Федерація грецьких товариств України, культурно-мистецьке об'єднання «Дзиґа», Міністерство охорони навколишнього середовища України, Міністерство культури та туризму України, «Екопром» (фінансовий партнер, виробник систем очистки води), «Чернігівське» (виробник пива), «УСК» (страховий партнер), «Рутенія тур» (туристичний), «Бланк-прес» (поліграфічний), «Тарас Бульба ентертейнмент» (музичний), «Артклуб 44» (музичний). Інформаційну підтримку забезпечували: радіо «Ера», радіо «Свобода», телерадіокомпанія «Вежа», «Академія» та інші засоби масового інформування.

Та попри все це, помітні й негативні тенденції щодо висвітлення фестивалів у ЗМІ. Візьмемо за приклад фестиваль мистецтв «Шевченківський березень». Форум проводиться щорічно, проте є некомерційним, а відтак його не помітили не лише дослідники фестивального руху, а й широка громадськість через фактичну відсутність реклами у засобах масової інформації. Але відомо, що одним з головних постулатів паблік рилейшнз — науки, народженої сучасною соціокультурною реальністю, — є такий: культурний захід, котрий був проведений, але не набув достатнього розголосу в засобах масової інформації, можна вважати таким, що не відбувся. Створюється парадоксальна ситуація: концертні зали «Шевченківського березня» завжди заповнені вдячною публікою вже 17 років, а критика, кореспонденти ЗМІ й навіть науковці не помічають цього явища [2].

З початком незалежності в Україні оновилися концепції фестивалів. Головною ознакою стала орієнтація святкових дійств на фольклорну спадщину і поєднання різних видів мистецтва. За таких умов в Острозі з'явився етнофестиваль «Галас» [10, с. 135], у Миколаєві — «Дивограй», в Кіровограді — «Провесінь», в Кривому Розі — «Україна моя», в Білопіллі — «Веселі музики», в Ялті — «Дзвени, бандуро», в Рівному — «З народного джерела».

Щороку в Україні проводиться понад 50 різноманітних музичних фестивалів міжнародного, всеукраїнського та регіонального рівнів, серед яких чі-

льне місце посідають аматорські фольклорні фестивалі. Одним із яскравих прикладів є «Лемківська ватра» [13, с.41].

Організатори фестивалів «Країна мрій», «Шешори», «Трипільське коло», «Червона рута» прагнуть пробудити живий інтерес до історичної спадщини, відродити та інтегрувати в сучасний світ різноманітні етнічні традиції, поєднуючи їх з елементами сучасних досягнень [5, с. 92]. Однак, фестивальний бум, який переживає сучасна Україна — явище не оригінальне в межах європейської культури.

Отже, активна модернізація суспільства зумовлює появу нових культурних явищ, які широко висвітлюються у засобах масової інформації. Існує декілька недоліків журналістів, які працюють над культурологічною тематикою. Це, насамперед, зосередженість лише на шоу-бізнесі, недостатня фахова підготовка, орієнтація на низький рівень аудиторії, недостатня поінформованість про культурні події, які відбуваються у світі. Однією з проблем, що стоять на заваді активній популяризації фестивалів у ЗМІ, є низька поінформованість громадськості через недостатню рекламу, а також невелика кількість некомерційних «фестів», які нецікаві для мас-медіа.

---

1. Гуркова О. Іван Карабиць — фундатор Міжнародного музичного фестивалю «Київ Музик Фесту» / О. Гуркова // Українське музикознавство: наук.-метод. зб. — К., 2011. — Вип. 37. — 432-436.
2. Давидовський К. Фестиваль мистецтв «Шевченківський березень» у культурно-мистецькому середовищі Києва (1994-2010) / К. Давидовський // Музичне мистецтво і культура. Наук. вісник ОДМА імені А.В. Нежданової: зб. наук. пр. — Одеса, 2011. — Вип. 13. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/MMiK/2011_13
3. Зубенко Д.В. Розвиток фестивального руху в сучасній Україні / Д.В. Зубенко // Вісник Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут» Політологія. Соціологія. Право. — № 4. — К., 2011. — С.111-114.
4. Новікова Л. Кінофестиваль «Молодість» як віддзеркалення генези національного кіно простору України / Л.Новікова // Наук. вісн. Київ. нац. ун-ту театру, кіно, телебачення і м. І. Карпенка-Карого: зб. наук. пр. — К., 2011. — Вип. 9. — С. 121-132.
5. Пискач А.А. Фестивальний рух у культурному житті України кінця XX — початку XXI ст.: нефольклорні тенденції / А.А. Пискач // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: зб. наук. пр. — Рівне, 2011. Вип. 17. — 220 с.
6. Пухлянко М. Передумови формування сучасного конкурсу музикантів-виконавців: до поняття «загальності» в історії культу /М. Пухлянко // Київське музикознавство: зб. наук. пр. — К., 2012. — Вип. 41. — С. 47-52.
7. Резвухіна Л.О. Сучасні вистави як дієвий засіб комунікації: теорія та практика в Україні / Л.О. Резвухіна // Вісник Харківської державної академії культури: зб. наук. пр. — Харків, 2010. — Вип. 30. — С. 224-227.

8. Рось З.П. Джаз у культурологічному просторі України: проблеми та перспективи / З.П. Рось // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: зб. наук. пр. — Рівне, 2008. — Вип. 13. — С. 88-94.
9. Самошина А. Фестивальний рух: куди прямуємо? / А. Самошина // День. — 2010. — 9 лип. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.day.kiev.ua/uk/article/media/festivalniy-ruh-kudi-pryamuiemo
10. Скорода Ю.В. проектний менеджмент в контексті реалізації регіональних соціальних проектів в Україні: специфіка та перспективи (з досвіду реалізації Фестивалю етнічної культури «Галас-2008» у Рівненській області) / Ю.В. Скорода // Наук. зап. Нац. ун-ту «Острозька академія». Серія : Культура і соціальні комунікації. — Острог, 2010. — Вип. 2. — С. 132-138.
11. Ущапівська О.М. Музичні фестивалі і конкурси як важлива складова культурно-мистецького життя донецького краю / О.М. Ущапівська // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. — №2. — К., 2010. — С. 41-42.
12. Ущапівська О.М. Фестивалі Донецької обласної філармонії та їх вплив на формування сучасного регіонального культурного образу / О.М. Ущапівська // Мистецтвознавчі записки: зб. наук. пр. — К., 2010. — Вип. 17. — С. 89-92.
13. Фабрика-Процька О. Збереження національних традицій на міжнародних фестивалях «Лемківська ватра» / О. Фабрика-Процька // Вісн. Прикарпатського ун-ту. Серія: Мистецтвознавство. — Івано-Франківськ, 2009-2010. — Вип. 17-18. — С. 40-46.
14. Фільц Б. Український композитор із Нью-Йорка Ігор Соневицький — учасник «Київ Музик Фесту» / Б. Фільц // Українське музикознавство: наук.-метод. зб. — К., 2011. — Вип. 37. — С. 450-456.
15. Черкашина-Губаренко М. Українська музика в сучасному медіа просторі: фрагменти і коментарі / М. Черкашина-Губаренко // Мистецтвознавство України: зб. наук. пр. — К., 2009. — Вип. 10. — С. 79-83.
16. Чирков О. Українознавчий погляд на Міжнародний фестиваль етнічної музики та лендарту «Шешори» / О. Чирков // Українознавство. — 2005. — Ч. 3. — С. 202-207.

FESTIVAL MOVEMENT IN MASS-MEDIA AGAINST THE BACKGROUND OF DEVELOPING CULTURE OF THE UKRAINIAN STATE

Vitaliy Gandzyuk
Vinnytsya state pedagogical university the name of M. Kocyubinskiy,
Ostroz'kogo str. 32, Vinnytsya, 21100, Ukraine
E-mail: info@vspu.net

The article probes the dynamics of illumination of festival motion in mass-media of Ukraine in the years of independence, determines the problems of popularization of similar creative measures, their efficiency, progress, tradition trends, innovation, value for socium.

Key words: festival, art, culture, mass-media, information, subject, public, traditions.

ФЕСТИВАЛЬНОЕ ДВИЖЕНИЕ В МАСС-МЕДИА НА ФОНЕ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ УКРАИНСКОГО ГОСУДАРСТВА

Виталий Гандзюк
Винницкий государственный педагогический университет имени М. Коцюбинского,
ул. Острожского, 32, Винница, 21100, Украина
E-mail: info@vspu.net

Статья исследует динамику освещения фестивального движения в масс-медиа Украины в годы независимости, определяет проблемы популяризации подобных творческих мероприятий, их эффективность, тенденции развития, традиции, новаторство, значение для социума.

Ключевые слова: фестиваль, искусство, культура, масс-медиа, информация, тематика, общественность, традиции.

Стаття надійшла до редколегії 07.10.2013
Прийнята до друку 14.10.2013