

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Сумський державний університет**

**Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій**

**Кафедра психології, політології та соціокультурних технологій**

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності,  
освітньо-професійної програми «Менеджмент соціокультурної діяльності»  
на тему: Організація та проведення концерту авторської пісні (на прикладі  
діяльності «Театру-студії А. Пісного»)

Здобувача групи КД-91-1 Ткаченко Аліни Олександрівни

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. використання  
ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне  
джерело.

\_\_\_\_\_

(підпис)

Аліна ТКАЧЕНКО  
(ім'я та прізвище здобувача)

Науковий керівник, кандидат мистецтвознавства, доцент

Сергій ЗУЄВ

\_\_\_\_\_

(підпис)

Суми – 2023

## АНОТАЦІЯ

Зміст кваліфікаційної роботи складають: вступ, два розділи (шість підпунктів), висновки до розділів та загальні висновки, список використаних джерел (15 найменувань), додатки (6). Загальний обсяг роботи 46 сторінки (основний текст – 38 сторінок).

Актуальність теми пов'язана з тим значенням, яке концерти авторської пісні мають у новітній культурі України та в контексті процесів її самоідентифікації. Сьогодні сфера мистецтва та культури не перестає функціонувати, а навпаки ще більше розвивається та доповнюється новими формами. Концертна діяльність не є виключенням. Сучасного глядача зараз важко чимось здивувати, тому організаторам та арт-менеджерам у процесі організації концертно-видовищних програм необхідно використовувати не лише досвід минулих років, а й вивчати нові можливості впливу на аудиторію. Незмінними факторами впливу на глядача залишається щирість та актуальність тематики мистецького твору, що і покладається в основу концертів авторських пісень.

Метою даної роботи є визначення особливостей організації та проведення концертів «Театру-студії А. Пісного». Об'єктом дослідження виступає концерт авторської пісні як форма соціокультурної діяльності, а предметом – менеджмент концертної діяльності «Театру-студії А. Пісного».

Під час роботи та дослідження дипломної роботи були використані наступні методи: теоретичні – пізнання, пояснення, класифікація; емпіричні – спостереження, аналіз, опис.

Ключові слова: авторська пісня, виконавець, концерт, концертно-видовищна діяльність, менеджмент, театр-студія.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. КОНЦЕРТ АВТОРСЬКОЇ ПІСНІ ЯК ФОРМА СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b> .....	8
1.1. Сутність концерту та концертно-видовищної діяльності.....	8
1.2. Вимоги організації та проведення концерту.....	13
1.3. Комунікаційні особливості концерту авторської пісні.....	19
Висновки до розділу 1.....	25
<b>РОЗДІЛ 2. МЕНЕДЖМЕНТ КОНЦЕРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ «ТЕАТРУ-СТУДІЇ А.ПІСНОГО»</b> .....	26
2.1. Особливості «Театру-студії А. Пісного» як соціокультурного утворення... 26	26
2.2. Особливості цільової аудиторії та реклами.....	29
2.3. Методичні рекомендації щодо покращення організації та проведення концертів «Театру-студії А.Пісного» .....	31
Висновки до розділу 2.....	34
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	36
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	38
<b>ДОДАТКИ</b> .....	40

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Концертна справа стала одним із провідних напрямків соціально-культурної діяльності. Концерт як основна форма культурно-дозвільної діяльності лідирує за охопленням аудиторії і є популярним способом проведення вільного часу серед представників різного віку. Концертна діяльність - це та сфера, яка перебуває у постійній модернізації, оскільки масова аудиторія потребує нового продукту, який мав би винятковість.

Питання організації концертної діяльності набули сьогодні особливої актуальності, адже не дивлячись на обставини (епідемія, війна в країні) культурна та мистецька ланка продовжує функціонувати та розвиватися. Пісенне мистецтво не дає людям падати духом, підбадьорює, вносить в буденність «свято», позитив, віру. В такий непростий час продовжують свою активну роботу театри, філармонії, проводяться гастрольні тури та конкурси тощо. Поки «живе» культура та мистецтво – живе та «дихає» народ.

Сьогодні культурне багатство країни залишається ще малодоступним для багатьох людей у зв'язку з їх низькою соціально-культурною активністю, що вимагає зміни економічної бази розвитку регіонів, підвищення рівня людського капіталу, вдосконалення системи культурного виховання як головної умови вирішення стратегічної задачі – формування всебічно і гармонійно розвиненої особистості.

Під час трансформаційних процесів у країні з'явилися не тільки нові відносини між суб'єктами і закладами культури, а й новий зміст їх діяльності, нові пріоритети, а також відбулися значні зміни в системі цінностей, норм і принципів культурного життя.

Події сьогодні в Україні відклали відбиток на розвитку усіх жанрів авторської пісні, позначивши нову тему – військову, патріотичну, героїко-драматичну. Першими відгукнулися виконавці-аматори, поети, барди. Їхні

концерти відбивають трагічний воєнний час. Це виявляється у посиленні емоційності, завдяки чому вдається вийти з умовно-ігрового в етико-філософський простір, що піднімає жанр авторської пісні на новий рівень. Свідченням цього є концерти, організовані аматорами і волонтерами з метою збору коштів для ЗСУ.

Концертна сфера – також сфера великого бізнесу, в якій задіяно найширший спектр сучасних технологій, таких як менеджмент, маркетинг, реклама та PR, фандрайзинг. Це галузь шоу-бізнесу, яка швидко розвивається і приносить значні доходи. Її прибутковість у розвинених країнах світу обумовлена швидким розширенням такого сегменту економіки, як сервіс.

Сьогодні в Україні ведуться інтенсивні творчі пошуки, апробуються авторські втілення, розробляються нові проекти та підходи до організації концертно-видовищних програм для різних категорій населення.

Одним із регіональних прикладів успішної організації та проведення концертів авторської пісні є діяльність «Театру-студії А. Пісного» в Сумах. Це творчий колектив протягом одного воєнного року зміг представити публіці три концертні програми на сцені Конгрес-центру СумДУ, зібравши кошти на потреби Збройних сил України та розвиток україномовної пісні.

Спостереження в Україні відзначають зростання аудиторії концертно-видовищних заходів. Це викликано різними причинами, серед яких значну роль відіграють обсяги діяльності та принципи організації роботи, розбудова механізмів управління концертними організаціями, оновлення принципів менеджменту, застосування нових технологій просування концертної продукції, використання яскравих проектних ідей. Ці фактори позначаються на діяльності всіх культурно-дозвільних установ: палаців та будинків культури, центрів дозвілля та будинків народної творчості, молодіжних клубів та парків культури відпочинку, при яких функціонують аматорські художні колективи різних жанрів та напрямів творчої діяльності. Незважаючи на всі колізії нашого часу, концерт, як і раніше, залишається одним із найбільш затребуваних жанрів, що відкриває перспективу подальшого його дослідження.

**Об'єкт дослідження:** концерт авторської пісні як форма соціокультурної діяльності.

**Предмет дослідження:** менеджмент концертної діяльності «Театру-студії А.Пісного».

**Метою** даної роботи є визначити особливості організації та проведення концертів «Театру-студії А.Пісного».

**Завдання:**

- проаналізувати сутність феномену концерту та концертно-видовищної діяльності;
- визначити основні правила та вимоги щодо організації та проведення концерту;
- виявити комунікаційні особливості концерту авторської пісні;
- розкрити специфіку «Театру-студії А. Пісного» як соціокультурного утворення;
- з'ясувати особливості цільової аудиторії та реклами;
- розробити рекомендації щодо покращення організації та проведення концертів «Театру-студії А. Пісного».

**Методи дослідження.** Під час роботи та дослідження дипломної роботи були використані наступні методи: теоретичні – пізнання, пояснення, класифікація; емпіричні – спостереження, аналіз, опис.

**Наукова новизна дослідження** полягає у вивченні досвіду концертної діяльності «Театру-студії А. Пісного» та спробі надати методичні рекомендації щодо покращення організації та проведення концертів колективу.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення дослідження обговорювались під час презентації роботи на кафедрі психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступ, двох розділів, висновків до розділів та загальних висновків, списку використаних джерел, додатків.. Загальний обсяг роботи 46 сторінок (основний текст – 38 сторінок).

## РОЗДІЛ 1. КОНЦЕРТ АВТОРСЬКОЇ ПІСНІ ЯК ФОРМА СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 1.1. Сутність концерту та концертно-видовищної діяльності

Масове видовище – явище складне та синтетичне, і досліджувати його необхідно в різних аспектах та на різному рівні. До нього входять художні твори, різні за часом та за жанром. Історичні корені концертно-видовищної діяльності полягають в обрядових діях та ритуальних святах. Загальна, основна для них ознака –нерозривний зв'язок із магічними діями, становили з ними єдиний ритуальний комплекс, виконували єдину функцію. Час і характер їх виконання були суворо регламентовані. Зрозуміло, що з часом масові видовища змінювалися, модернізувалися і переосмислювалися іноді докорінно. Зі змінами, що відбувалися у свідомості народу, з поступовим ослабленням релігійних вірувань і поширенням наукового світогляду, багато видовищних форм втратили своє значення і забулися або зникли, а деякі з них стали сприйматися, як дозвільна художня форма, що служить для розваги і тільки.

Концертно-видовищна сфера – сфера великого бізнесу, до якої залучено широкий спектр сучасних технологій, таких як менеджмент, маркетинг, реклама та PR, фандрайзинг та ін. Дана сфера має властивість швидкого розвитку та високих доходів. Її прибутковість у розвинених країнах світу обумовлена: швидким розширенням такого сегменту економіки як сервіс, зростаючими потребами населення в послугах індустрії розваг, розвитком науково-технічного прогресу та технологій, глобалізацією ринків. Концертно-видовищна програма є одним з найбільш популярних видів дозвілля, який користується попитом. Вона задовольняє потреби людини у відпочинку та розвагах. Культурно-видовищними заходом називають подію культурного життя, в якому застосовані різні форми та засоби художнього впливу на людей відповідно до традицій та рівня розвитку культурного життя суспільства. Сучасні концертно-видовищні програми вбирають у себе всі видовищні прийоми, апробовані часом. З роками майже не

змінилися принципи психологічного впливу на глядача, головним з яких була і є видовищність, проте зовсім іншими стали цілі та завдання, переслідувані масовими видовищами. Концертно-видовищна діяльність виконує такі функції:

- *організація дозвілля населення*, тобто надання умов для культурного наповненого відпочинку;
- *світоглядна функція* у тому, що захід може впливати на формування погляду життя;
- *виховна функція* (художній твір впливає на формування особистості людини);
- *інформативна та комунікативна функція* (мистецтво постає в контексті теорії комунікації та її понять: знакова система, текст, код, повідомлення, адресат-адресант, канал комунікації тощо);
- *гедоністична функція* (пов'язана з отриманням насолоди від споживання мистецтва як продукту вільної творчості);
- *компенсаторна функція* (у процесі сприйняття концерту людина отримує можливість «прожити» ті емоції та почуття, які недоступні їй у повсякденному житті);
- *пізнавальна функція* полягає в отриманні людиною на заході нових знань та інформації для себе;
- *рекреаційно-розважальна функція* максимально сприяє повноцінному відпочинку людей, відновленню їх фізичних та духовних сил, забезпечує зміну вражень, позитивний емоційний настрій, зняття напруги та втоми.

Звісно всі функції тісно пов'язані між собою, а в залежності від теми та мети заходу будуть превалювати одні чи інші.

Концерт виступає найпоширенішим видом видовища, який має складну технологію, розраховану на безпосередній контакт виконавця з глядачем. Першоджерело сучасного терміну «концерт» – слово латинського походження «concerto», що несло в собі значення конкуренції або ж змагання. Пізніше його сенс мав консолідаційний характер, тобто говорив про певну узгодженість та гармонію. Сучасне ж розуміння цього поняття – це низка творчих номерів



(пісенних, хореографічних, театральних, інструментальних тощо), які відбуваються в певному порядку, а саме за заздалегідь узгодженою програмою та в відповідно обладнаному під це дійство приміщенні. Прийнято вважати, що концертний номер є невід'ємною частиною концертно-видовищної програми, Якість концертно-видовищної програми цілком залежить від якості включених до неї номерів. Концертний номер – це окремий, завершений композиційно, врівноважений у всіх частинах, закінчений невеликий, сценічний твір (зі своєю зав'язкою, кульмінацією та розв'язкою), виступ одного або кількох акторів, виражений засобами певного виду мистецтва: драми, музики, хореографії, художнього слова, пантоміми, цирку, що залишає у глядачів цілісне враження. Для концертного номера характерні чітка композиція, зав'язка з інтригою, потужна кульмінація, закономірний, але часто неочікуваний фінал і довершена зовнішня форма при лаконізмі й видовищності. Остання вимагає використання специфічних засобів вираження, особливої сценографії, яскравих костюмів, реквізиту, стрімкого ритму, винахідливих мізансцен. До структурних особливостей концертного номера теоретики естрадного мистецтва відносять *місце, дію, час та образ*, які перебувають у певному взаємозв'язку. *Місце* – поняття, що означає, передусім, сценічний майданчик, де розгортається дія. Він безпосередньо впливає на сприйняття номеру, сюжету, ідеї, образу глядачем. Тому сцена спеціально підготовлюється, наприклад: поставлені декорації, технічне оформлення та інші сценографічні атрибути. *Дія* - категорія естетична, що включає художній матеріал концертного номера, тотожний пропонованим обставинам, в яких діє актор. У художньому відношенні дія найбільш гнучка. Воно схильна до змін, викликаних зовнішніми та внутрішніми причинами, які визначаються як індивідуальним характером творчості артиста, так і особливостями глядацького сприйняття. *Категорія часу* - це фізичний, наперед визначений період сценічного існування актора. Час дуже важлива, незмінна величина, структурно утворює "каркас" концертного номера, де однією з найголовніших формотворчих чинників є ритм. *Ритм* як похідне від часу стає одним із способів організації номера, як з погляду літературної побудови

матеріалу, так і з точки зору виконавської майстерності. Ритм та особливості ритмічної організації концертного номера можна розглянути з обох боків. Перший рівень закладено в основі концертного номера – матеріалі, другий – в акторському виконанні. Кожен концертний номер несе у собі *художній образ*. Через створений артистом у концертному номері художній образ виявляється майстерність та індивідуальність виконавця. Виконавець концертно-видовищна програми завжди спілкується безпосередньо зі слухачем, намагаючись зруйнувати так звану "четверту стіну". Більше того, у концертно-видовищному мистецтві все будується на тому, щоб подолати психологічний бар'єр, психологічні перепони між актором та глядачем. А публіка зі свого боку відіграє значущу роль для виконавців та для загальної атмосфери концерту. На концерті створюється умовний «ланцюг емоцій», тобто: артист видає необхідний образ, або іншими словами емоцію, глядач її поглинає, віддаючи у відповідь захоплення, овації тощо, тим самим заряджаючи виконавців. У результаті, виходить такий емоційний колообіг. Щодо типології концертно-видовищних програм, то й досі немає єдиної усталеної класифікації, бо це мистецтво, яке має властивість змінювання, доповнювання, створення нового, об'єднання тощо [8]. Розглянемо різновиди концертів:

- за цільовим призначенням: *поточні, звітні, оглядові, святкові, ювілейні;*
- за місцем проведення: *стаціонарні, виїзні, гастрольні;*
- за способом побудови програм: *дивертисменти, філармонічні, театралізовані;*
- за видами виконання: *концерти народної музики, концерти академічних музичних колективів (концерт оперної музики, симфонічної, камерної музики, концерт хорової музики та ін), концерти джазової та естрадної музики, рок-концерти тощо;*
- за складом учасників виступу: *професійні, аматорські, змішані;*
- за кількістю учасників: *концерти сольні (бенефіси), групові (напівнефіси), колективні (одного гуртка або студії), зведені і т.п.;*

- за складом глядачів: для ветеранів, для молоді, для дітей, для інших соціально-демографічних груп, для змішаної аудиторії.

За художньою формою виділяють такі види концертно-видовищних заходів:

- *Концертна програма («збірний концерт»)* вимагає встановлення точної, виправданої за жанром черговості та зміни номерів; кульмінацією у такому концерті, найчастіше, є виступ артиста (або групи артистів), що представляють найвищий художній рівень серед усіх учасників. У практиці закладів культури поширена така форма концертної практики як *збірний концерт* – концерт, що складається з номерів різних жанрів та різних виконавців частина без єдиної тематичної спрямованості.
- *Концерт народної творчості* Головним завданням режисера є знаходження органічного поєднання різних народних жанрів із сучасними засобами виразності, із вирішенням актуальної теми.
- *Моноконцерт (моновистава)*, де всю програму веде один актор.
- *Ревю-феєрія та камерне ревю* відрізняється найбільшою яскравістю та видовищністю. Основними компонентами ревю-феєрії є різноманітні естрадні, циркові та драматичні номери, участь великих колективів, танцювальних гуртів, естрадного оркестру. Сценічне рішення відрізняється складністю та видовищністю: ефективно використовуються технічні можливості сцени (миттєва зміна місць дії, різні перетворення, складне оформлення, особлива світлова партитура, використання кіноматеріалів, піротехніки тощо).
- *Мюзик-хол* - (англ. music музика, hall зал; музичний зал, концертний зал) вид естрадного театру, програми якого складаються з невеликих концертних номерів різних жанрів, що становлять цілісну програму музично-естрадних концертів. Подання мюзик-холу складаються з невеликих номерів різних жанрів, об'єднаних єдиною сюжетно-тематичною лінією.
- *Вар'єте та кабаре* , які виникали на основі традицій дивертисментів та балаганів, також є різновидами концертно-видовищних програм.

Не можна не згадати про концертні проекти на телебаченні. Телевізійні концертно-видовищні проекти будуються на змаганнях між учасниками, причому етап відбору є невід'ємною складовою телевізійного шоу. Найголовніше, що кожен такий проект, за своєю суттю, є концертно-видовищною програмою [15].

## **1.2 Вимоги організації та проведення концерту**

Важливими особами в процесі організації та проведенні концерту є режисер та арт-менеджер. Робота режисера в створенні концертно-видовищної програми починається з розробки режисерського задуму і продовжується його втіленням у режисерському сценарії, який містить у собі режисерське рішення, конкретні художні прийоми постановки сценічної дії та використання виразних засобів, в реалізації сценарного та режисерського задумів. Арт-менеджмент виступає особливим видом діяльності. Він пов'язаний з управлінням у сфері мистецтва, який включає різноманітні процеси, спрямовані на створення та поширення художньої продукції [6]. Почнемо з більш детального розбору роботи режисера в процесі створення концерту.

Перший етап «відкриття» реалізації задуму концертно-видовищної програми – створення сценарного плану. Графічно сценарний план має таку конструкцію:

1. Назва концертно-видовищної програми
2. Форма програми
3. Характеристика аудиторії
4. Місце та час проведення
5. Композиційна побудова сценарію

Від побудови сценарію залежить якість концерту, адже програма – стрижень будь-якого заходу. В основі сценарного задуму концертно-видовищної програми насамперед лежить її (програми) тема та ідея. Тема (від грец. *thema* – те, що покладено основою) – це об'єкт художнього зображення, коло життєвих явищ, відображених письменником чи художником і зведених

воєдино авторським задумом. Тема – це ті життєві характери, ситуації, які ніби переносяться із реальної дійсності у художній твір. Вибір теми концертно-видовищної програми визначається світовідчуттям автора сценарію, його життєвими ціннісними орієнтаціями, тими явищами та зв'язками, які він вважає найважливішими. Тема концертно-видовищної програми вимагає свого послідовного сценічного втілення, тобто організації драматургічної дії, у процесі якого за допомогою різноманітних засобів художньої виразності глядач підводиться до її оцінки, а через неї до формування своєї особистісної позиції. Художня логіка – це послідовність авторського руху (а за нею і глядацької) думки від теми до ідеї. Однак ідея не може бути зведена лише до головної авторської думки. Вона – ракурс, думка автора на «факти життя».

Наступний етап – написання літературного сценарію. Створення сценарію концертно-видовищної програми – це складний, багатоступінчастий творчий процес, що включає як період накопичення інформаційно-змістовного матеріалу, формування авторського задуму, так і безпосереднє написання цієї форми драматургічного твору. Етапи роботи над сценарієм відображають послідовність роботи, організовують та впорядковують творчість сценариста. Характер сценарію концертно-видовищної програми передбачає, що автор виступає у ролі сценариста, а також - режисера-постановника, тобто, літературна та режисерська лінії взаємодоповнюють одна одну, що знаходить своє відображення в основних етапах роботи над сценарієм. Подальші етапи творчого процесу покликані забезпечити безперервність розвитку драматургічного впливу. Зазначимо також, що на наступних етапах сценарної роботи закономірна наявність суттєвих коректив, пов'язаних, насамперед, з літературним оформленням матеріалу.

Чітко продуманий репетиційний план – важливий етап попередньої постановочної роботи, без нього неможливо уявити повноцінну роботу творчого колективу. Репетиційний план ділиться на два періоди: робота у репетиційних залах, робота на сценічному майданчику. «Репетиція» в перекладі з латинської означає «повторення», тобто підготовка відбувається шляхом

багаторазових повторень. Репетиції поділяються на різні періоди, перший з яких – застільний. У цей період репетицій режисер збирає художньо-постановчу групу, щоб поділитися задумом концертної програми, її завданнями та обговорити постановочний план. Основним завданням режисера на першій зустрічі є надання напрямку творчій фантазії членам постановочної групи через ясність та точність донесення режисерського задуму. Наступний репетиційний етап – етап перегляду номерів, які включені до сценарію концерту. Завдання такого роду репетицій – відбір номерів із вже наявного репертуару колективу, групи, виконавця або оцінювання спеціально підготовленого номеру (прологів, фінальні, зведені номери тощо). Далі проходять індивідуальні репетиції номерів, в яких разом із творчою групою можуть брати участь і технічні служби.

Наступний етапом є монтувальні або монтажні репетиції під час яких на сцені встановлюються всі необхідні елементи оформлення згідно з затвердженими декораціями, перевіряється технічна частина сценічних ефектів тощо. Також такі репетиції створені для побудови спільної мізансценічної композиції, відпрацювання монтажних стиків між номерами, блоками або епізодами. Подальший етап роботи над розробкою концертно-видовищної програми – зведена репетиція. Такі репетиції допомагають виявити режисеру непотрібні паузи, затягнутість сценічної дії, ритмічні та інші недоліки, а виконавцям відчувати цілісність сценічної дії, загальну атмосферу, оскільки зведена репетиція проходить без зупинок (nonstop). Організаційне завдання зведеної репетиції – надання впевненості в своїй роботі всім технічним службам забезпечення сценічної постановки програми, ведучому, асистентам та помічникам режисера. Після зведених репетицій іноді виникає потреба у додатковому репетиційному часі для ліквідації зауважень та недоліків. Завершальним етапом роботи над втіленням концертно-видовищної програми є генеральна репетиція. Як і зведена репетиція, вона відбувається nonstop, після чого режисер дає зауваження кожному з виконавців чи технічному персоналу (в

разі потреби проводиться друга генеральна репетиція). Результатом і підсумком роботи режисера концертно-видовищних програм є її безпосередній показ [7].

Під час концерту режисер зазвичай перебуває на сцені, поряд зі своїми помічниками. Постановочну групу концертно-видовищної програми, окрім режисера, складають: асистент, художник-постановник, художник по світлу, звукорежисер, помічник режисера, музичний керівник, головний балетмейстер, художник-гример. *Асистент режисера* – перший помічник режисера, керівник-координатор постановочної групи, через якого організаційно-творчі питання, що виникають у колективів або окремих виконавців, доводяться до головного режисера. Безпосередньо творча робота асистента режисера починається з включення до процесу обговорення сценарно-режисерського задуму, загального сценарного плану та літературного сценарію, монтажного листа. За потребою чи за завданням режисера його асистент самостійно проводить репетиції з колективами чи окремими виконавцями, а також ведучими. До організаційної роботи асистента режисера входить інформування учасників програми та технічних служб її забезпечення про графік репетицій, а також їх безпосередня організація. *Художник-постановник* – співавтор художньо-образного рішення концертно-видовищної програми, організатор сценічного простору, своєрідний перекладач режисерського задуму концертно-видовищної програми мовою видовища. Художник разом із режисером перетворюють простір сцени, площі, парку, актової зали на простір театру, видовища. Сценографія та художнє оформлення (декорації) повинні метафоричною формою відображати авторську ідею у всій повноті емоційного та інтелектуального змісту, а також створювати атмосферу концертно-видовищної програми. *Художник по світлу* – відповідальна людина за світлову партитуру. Кожна зміна світла, його перекидання, кожен світловий ефект повинні не демонструвати весь діапазон світлових можливостей конкретного сценічного майданчика, а створювати художній образ номера, розкривати режисерський задум. Окрім світлової драматургії сценічної дії, колір також має свою емоційно-виразну силу. Не дарма в живописі є такі визначення як холодні та

теплі кольори, тони і т.п. При постановці масових театралізованих форм концертно-видовищних програм художник по світлу очолює групу операторів світлової техніки, а також проєкційної апаратури (відео, слайди, мультимедійні презентації). Звукорежисура - самостійна область творчої діяльності, що має свої закони та грані, а звукорежисер за допомогою монтажу музики, звуку, шумових ефектів виділяє головні смислові акценти, а другорядні події веде на другий план, як би затушовуючи. Це схоже на великі і загальні плани в кінематографі. Реалізуючи режисерський задум, він здійснює її музичне, звукове та шумове рішення, визначаючи також хронометраж кожного номера концертно-видовищної програми. Помічником звукорежисера є звукооператор. *Помічник режисера* – забезпечує порядок виходу виконавців на сцену, а також дисципліну за лаштунками; стежить за скоординованою роботою працівників сцени [8], [15].

Арт-менеджмент - це управління у сфері мистецтва; сукупність принципів, методів, засобів щодо реалізації можливостей підприємництва у сфері мистецтва; сукупність управлінських прийомів (планування, мотивація, організація, контроль) класичного менеджменту, та особливий вид управлінської діяльності у сфері мистецтва, що включає процес створення та розповсюдження художньої продукції. Діяльність арт-менеджера з організації концертно-видовищних програм складається з низки аспектів. І перший з них - організаційний аспект. До нього відносяться: оренда та художнє оформлення концертних приміщень; встановлення звукової, музичної та технічної апаратури (згідно з технічним райдером), розклад репетицій, підбір допоміжної групи (менеджери, візажисти, стилісти, персональна охорона), а також створення побутових умов для виконавців та інших членів гастрольного туру (якщо це потрібно). Наступний аспект – маркетинговий, спрямований на: виявлення відсотка потенційної глядацької аудиторії, дослідження затребуваності даного виконавця чи групи, організація рекламної кампанії, підготовка афіш та відео роликів, проведення прес-конференцій, організація каналів розповсюдження квитків тощо. Ще один важливий і складний аспект –



фінансовий, який передбачає пошук генеральних, офіційних та медіа спонсорів, а також у випадку гастрольного туру – формування його бюджету. Останній аспект – нормативно-правовий, який включає: висновок договору з представниками естрадного виконавця та виконання договірних зобов'язань; основні складові типового райдеру – вимоги щодо технічного забезпечення, світлової та музичної апаратури, оформлення концертного залу, надання готельних номерів та харчування виконавців тощо. Безпосередньо до компетенції арт-менеджера відносяться питання організації та проведення концертних та концертно-видовищних програм :

- формування робочої групи з підготовки концерту;
- визначення теми, ідеї та форми проведення концерту відповідно до цільової аудиторії;
- визначення дати, часу та місця проведення концерту;
- підготовка та розповсюдження запрошень;
- виготовлення реквізиту, підбір костюмів;
- оформлення та вивіска афіш;
- робота з технічними засобами та над відеорядом (використання кіно, відео, слайдів);
- організація репетицій концерту;
- проведення концерту;
- аналіз позитивних та невдалих моментів проведеного концерту.

При складанні програми концерту арт-менеджеру необхідно дотримуватись наступних правил:

- концерт має розпочинатися «яскравим» номером;
- якщо концерт складається з різних за жанрами та стилями номерів, то починати потрібно з «класики» і поступово переходити до сучасної естради;
- не можна ставити поспіль однотипні номери, потрібно будувати концерт за принципом «жанрового розмаїття»;

- при відборі концертних номерів необхідно пред'являти до них такі вимоги: номер повинен мати закінчений вигляд, відповідати темі та формі концерту [9].

Арт-менеджеру як організатору концертно-видовищних програм важливо орієнтуватися в законах сценографії, яка включає прийоми і засоби постановки концертних номерів і програм. Необхідно пам'ятати, що концертні номери – невід'ємна та вагома частина програми, від яких залежить якість концерту. Тому при складанні номерів концертної програми важливо керуватися такими принципами: наростання видовищності, контраст (масові та сольні, рухомі номери, статичні – на слух та на зір), ставлення до кожного номера як до самодостатньої одиниці, жанрова сумісність, технічна сумісність, безперервність концертної дії. Одним із найважливіших чинників успіху концертно-видовищної програми є вибір ведучого. Саме він є ланкою, що пов'язує дію на сцені та зал (глядачів). Своєю майстерністю він створює «енергетичне поле» між глядачем та сценою, яке взаємодоповнює творчий процес у концерті. Тому слід звернути увагу на такі моменти роботи та образу ведучого: мова повинна бути звичайна, звучна; відпрацьована пластика (хода, поза, жест) – вміти вільно і просто вийти (не розхлябано і розв'язно); свобода поведінки на сцені; приділити особливу увагу одягу. Відмінна організація – це візитна картка професійного менеджменту та високі гонорари. Після всіх організаційних та підготовчих етапів концерту, настає найвідповідальніший момент – момент реалізації, тобто проведення концерту. Саме в цей день менеджеру необхідно раніше за всіх (за 1-2 години) прибути на місце події. Так він зможе керувати всіма підготовчими процесами. Звукорежисер та художник по світлу повинні налаштувати всі апарати заздалегідь до концерту і все перевірити на справність та якісне звучання. Чим раніше все буде зроблено і перевірено до початку, тим краще. Адже різні дрібні технічні проблеми мають місце бути завжди і тоді є час на їх виправлення і це не завадить, щоб захід розпочався вчасно. Також до початку концерту необхідно здійснити ретельний огляд майданчику разом з представником клубу чи власником зали. Бажано

зафіксувати огляд у спеціальному акті, адже всі пошкодження, які можуть статися під час концерту, ляжуть на витрати організатора. Не забуваємо особисто привітати виконавців. Враховуємо побажання артистів. Деяким, наприклад, може знадобитися гримерка або приміщення, де вони зможуть розмістити музичні інструменти, костюми, власні речі тощо. Завершальним процесом в організації та проведенні концертно-видовищної програми є обговорення й аналіз проведеного концерту. У ході цього обговорення необхідно з'ясувати, чи була досягнута мета чи ні, які принципові помилки були допущені, або, навпаки, що нового й цікавого, оригінального з'явилося в процесі сценічного втілення. А саме цінним після всього відбутого дійства залишаться відгуки від засобів масової інформації й глядачів [11], [14].

Здійснення концертної діяльності із залученням авторського пісенного матеріалу передбачає дотримання авторських прав. Перш за все потрібно зазначити, що перелічений нижче ряд документів захищають та охороняють авторське право в нашій країні: Конституція України, Цивільний кодекс України, Бернська конвенція про охорону літературних та художніх творів, інші міжнародні договори, а також спеціальні акти, наприклад Закон України «Про авторське право і суміжні права». Однак, не один з перерахованих документів не дає конкретного позначення терміну «авторське право». Всі автори повинні розуміти, що авторське право виникає з моменту матеріального створення твору. А якщо у випадку з музикантом – це з моменту створення мелодії у вигляді нот. Рекомендують завжди захищати власний твір, а відбувається це за допомогою реєстрації авторського права. У випадку захисту свого контенту, найліпшим та найпереконливішим документом стане власне сертифікат про захист конкретного твору. Для того, щоб оформити авторське право потрібно подати заявку. Необхідні дані для заяви : ПІБ, місце проживання, дата народження автора (авторів) музичного твору, дата завершення роботи, дата оприлюднення твору (якщо на дату оформлення вже було оприлюднення), запис музики – у вигляді звукозапису, збереженого в електронній формі або нотного запису на папері чи в електронній формі, запис

тексту ( якщо на реєстрацію подається музичний твір з текстом – на папері або в електронній формі), та невеличку анотацію на твір до 300 символів. Є обов'язковий термін реєстрації авторського права, встановлений законодавством України – це термін в один місяць. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір видається також протягом місяця. Даний Сертифікат діє у всіх країнах-учасницях Бернської конвенції, ти самим надаючи переваги для захисту авторського контенту за кордоном. Законодавство України передбачає охорону авторського права на все життя автора, а також – 70 років після його смерті [2], [12].

### **1.3. Комунікаційні особливості концерту авторської пісні**

Авторська пісня - це не просто про музику та мистецтво, це ще й про посилення думки, конкретного меседжу, ідеології. Звернемося до історії виникнення такого виду пісні, а саме до виникнення бардів, хто ж вони такі? Сформувався бардівський рух наприкінці 80-х років ХХ століття. Ототожнення українських бардів з російським бардівським рухом не зовсім доречно, оскільки українці були проти цього, а любили та використовували такі значення, як «співці», «кобзарі», «виконавці». Більш повного вигляду даний жанр здобув під час фестивалів авторських пісень «Оберіг» та «Червона рута». Яскраві та видатні представники руху:

Василь Жданкін – талановитий кобзар та бандурист, переважну більшість репертуару якого складала пісні, основно для яких були вірші Богдана-Ігоря Антонича. саме він був тим бунтарем, який вперше заспівав публічно "Ще не вмерла Україна". Восени 1989 р. на заключному концерті фестивалю «Червона Рута» вперше заспівав «Ще не вмерла Україна» публічно. Ще В. Жданкін був актором і знімався у кінострічках («І снігом стелиться життя», «Українці, ми врятовані»).

Марія Бурмака – переможниця фестивалю "Оберіг", а також у її здобутках є декілька премій в жанрі авторської пісні. Марія не зкпинялася на здобутому та випустила власний альбом під назвою "Ой, не квітни, весно..."; даний альбом

увібрав в себе авторські пісні української співачки, які покладені на вірші невідомих українських поетів та на вірші поетів "розстріляного відродження". Її пісня "Ми йдемо" стала, так званим, саундтреком до Помаранчевої революції, а також до інших різноманітних політичних подій в країні.

Справжнє ім'я Живосила Лютича – Василь Лютий. Він є справжнім автором модерного українського супер-хіта "Меч арєя", написаного ним за мотивами забороненого в СРСР однойменного роману Івана Білика. Пісня вважається одним із найкращих у творчості гуртів "Тінь сонця", "Гайдамаки" та інших. І з початку проведення АТО стала неформальним гімном її учасників. Але написав її Лютич і, мабуть, він її найкраще й виконує.

Василь – людина вибухоподібного характеру. Завжди знаходиться в гушавині подій. Навесні 2014-го зазнав жорстокого нападу сепаратистів під час мітингу "За Єдину Україну!". Співак був "арештований" новою "владою". Звільнили його лише після втручання ОБСЄ. Разом з тим, образ борця та бунтівника Лютич майстерно поєднує з освіченістю та прагненням до нового у творчості. Має три вищі освіти, наукові роботи та особисту точку зору щодо більшості питань. Прихильник Родо-Віри. Виступає з концертами для військових Збройних сил України на передовій.

Українські виконавці «першої хвилі», як правило, брали активну участь у здобутті Україною незалежності. Фактично на перших фестивалях, згаданих вище, українці дізнавалися про свою справжню історію та свої справжні прапори. Бурхливе відродження оригінальної патріотичної бардівської пісні відбулося завдяки Євромайдану: на Київському Майдані співав Зеник, на Харківському – Микола Воловик та інші. На фоні історичних подій в Україні відбувається активне відродження української співаної поезії, українські автори та виконавці власних пісень та співаної поезії об'єднуються з метою популяризації українського слова та виведення української співаної поезії з андеграунду. У наш час так само продовжується ця певна комунікація через пісню, комунікація автора та слухача (а слухачем може виступати не одна людина, не група людей, а навіть ціла країна або ж цілий світ) [5].

Один з небагатьох активно працюючих клубів авторської пісні в нашому місті Суми сьогодні – сумський клуб «Булат», який є некомерційним, неполітичним об'єднанням любителів та цінителів жанру авторської пісні. До проектів КАП «Булат» входять концерти, фестивалі, проект «Урок авторської пісні», молодіжна студія авторської пісні. Даний клуб у 1989 створив Міжнародний фестиваль авторської пісні та співаної поезії «Булат», який проводиться щорічно в період першої декади квітня в нашому місті Суми. Організаторами фестивалю виступають: Клуб авторської пісні «Булат», Всеукраїнське об'єднання діячів авторської пісні, Відділ культури та туризму Сумської міської ради, Управління молоді та спорту Сумської обласної державної адміністрації. На емблемі фестивалю зображено альтанку, яка є впізнаваним символом та пам'яткою міста Суми, а також гітару – символ бардів або ж авторського пісенного мистецтва (додаток А). Зазвичай фестиваль охоплює три дні, які проходять активно, цікаво, насичено та продуктивно. В рамках фестивалю проводиться «Молодіжний майданчик» – проект, який формується з низки заходів, направлених на створення молодіжного творчого середовища, шляхом навчання, зростання та обміном творчого досвіду. Даний проект не одноразово посідав перше місце на конкурсі проектів молодіжних громадських організацій, організатором якого виступило Управління молоді та спорту Сумської обласної державної адміністрації. Також в рамках «Молодіжного майданчику» проводяться інтелектуальні ігри, такі як: «Брейн-ринг», «Ламповий Булат», майстер-класи, розважальні заходи, виступи починаючих авторів та виконавців. За весь час фестивалю загалом проводиться приблизно десяти концертів, окрім них ще благодійні концерти в навчальних закладах, інтернатах, громадських організаціях, на підприємствах міста Суми. Проте найочікуваніший та інтригуючий елемент «Булату» - конкурсна частина. Вона відбувається в декілька етапів: перший – робота в творчих майстернях, другий – виступ на конкурсному концерті. Останній фестиваль було проведено з 7 по 9 травня 2021 року; місце проведення якого стала лісова галявина біля бази відпочинку «Зелений гай» Сумського району, Сумської області [4].

Виконання авторських пісень спирається на особливості музичного супроводу. Часто це пов'язано з історично зумовленою зміною музичних інструментів (удосконалення їх конструкції, зміна одних інструментів іншими) і розвитком техніки гри. І, нарешті, головний елемент – індивідуальність виконавця. Неможливо вичерпно перелічити всі ті «складові», з яких складається артистична індивідуальність. Це – світогляд, ступінь розвитку інтелекту і досвід емоційного життя, приналежність до того чи іншого художнього типу, вольові якості і риси характеру, культурний рівень і художній смак, професійна обдарованість, ступінь володіння технікою, артистизм. Якщо додати до цього, що кожен виконавець – це продукт певного соціального середовища і епохи, різноманітність індивідуальностей виявляється воістину безмежною. Досліджуючи вплив артистичного темпераменту на специфіку виконавської інтерпретації, проведемо порівняльний аналіз авторських інтерпретацій представниками різних виконавських типів, а саме: віртуозного, емоційного, раціоналістичного та інтелектуального. Віртуозний тип виконавців найбільш яскраво представлений типу «грим та блискавка» у виконанні, стихійний розмах та нестримна техніка, здатна приголомшити публіку і викликати неймовірне захоплення виконанням. Сила емоційного впливу пояснюється, з одного боку, колосальною віртуозністю, яка не стільки «подобається», скільки приголомшує своєю стихійністю та розмахом, з іншого, постійним стримуванням чуттєвих поривів, що заряджає інтонування неймовірною напругою. Так, вокаліст стриманий і зосереджений, але хвилі його підйомів мало не зривають слухачів з місця. Режисерська робота, інколи непомітна для слухачів, майже скрізь впадає в очі. Хто спостерігав уважно за мімікою виконавця, його жестами, той не міг не помітити, що артист часом наче лютує, стає несамовитим. У ці миті сутність артиста без залишку поглинута твором, що виконується, вірніше, процесом віртуозного його створення. Звідси особливості виконання. Палка інтенсивність, що проявляється не у раптових стихійних «вибухах», але в загальному тонусі гри (навіть в тихих епізодах), повнокровність музичного

відчуття і, як поодинокі вирази цього, насиченість, більш переконливого у щільних масивних звучаннях, владність ритму, скоріше карбованого і рішучого.

### **Висновки до Розділу 1**

На основі науково-методичної літератури, у першому розділі були розглянуті поняття «концерт» та «концертно-видовищна діяльність», їх особливості та складові. Визначено, що концертно-видовищний захід є гібридом, в якому органічно поєднані різні види мистецтва: музика, література, театр, образотворче мистецтво, кіно тощо. Очевидно, що концертно-видовищна діяльність – одна з важливих складових функціонування соціуму, вона має великий емоційний вплив на особистість, а також створює широкі умови та можливості для самореалізації. Сучасні концертні програми вбирають у себе всі видовищні прийоми, апробовані часом, у тому числі принесені ще з попередніх епох. Час не змінив принципів психологічного впливу на глядача, головним з яких залишається видовищність. Головна функція концерту - формування естетичного смаку, естетичних почуттів, залучення до світу чудового.

Також були з'ясовані основні вимоги щодо організації та проведення концертно-видовищних програм. Робота менеджера в такій справі складається з багатьох дрібних деталей, які мають вплив на кінцевий результат. Загальна методика проведення концерту передбачає ряд вимог і умов, які повинні брати до уваги організатори: художня цінність репертуару, жанрове розмаїття, висока якість виконання номерів і епізодів, оригінальність номерів, якість драматургічної основи і відповідний рівень її втілення.

Висвітлені особливості авторської пісні, концерту авторської пісні і безпосередньо історію зародження такого жанру пісні. Концерт авторської пісні це завжди радісні подорожі з мандрівками у приємні пригоди та творчі невідомості. Виконання концерту авторської пісні завжди буде відрізнятися від традиційного естрадного, адже естрадний виконавець не стільки створює, скільки відтворює, репродукує те, що створене автором раніше.



## РОЗДІЛ 2. МЕНЕДЖМЕНТ КОНЦЕРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ «ТЕАТРУ-СТУДІЇ А. ПІСНОГО»

### 2.1. Особливості «Театру-студії А. Пісного» як соціокультурного утворення

«Театр-студія А. Пісного» – це творчий колектив, який створює, виконує та просуває авторський пісенний продукт (пісні у власному виконанні наживо, створення пісень на замовлення відомих виконавців, відеокліпи та інші медіапродукти тощо). На чолі цієї групи стоїть Андрій Пісний, який є її арт-директором, а також поетом та автором текстів пісень. Групу складають митці від 20 до 50 років, або, як говорить А. Пісний, «представники різних поколінь». На його думку, така вікова «строкатість» дозволяє враховувати різні погляди, вносити нові ідеї, ефективно оцінювати створений продукт з метою охоплення більшої цільової аудиторії. До складу творчої та виконавської команди театру-студії входять:

- Геннадій Бідненко – композитор та співак
- Альона Романовська – співачка, лауреат багатьох престижних фестивалів та нагород, фіналіст співочого талант-шоу Х-Фактор, «Голос країни», Євробачення, учасниця гурту Брати Гадюкіни, «Театру Данилка».
- Олексій Алексєєв – композитор, аранжувальник, виконавець
- Євгеній Кас'яненко – гітарист
- Єлизавета Кульченко – співачка
- Юрій Босий – фотограф.

Група позиціонує себе саме як театр-студію. Кожна авторська пісня – це драматичне дійство, що має свою історію, яку необхідно пережити та донести слухачу. Особливо важливо це під час живих виступів, коли в одному концерті відбувається синхронізація мистецтв (вокальне, інструментальне, театральне, хореографічне, медіа-мистецтво, поезія).

Народження театру-студії відбулося в 2010-2011 роках, коли було написано перший текст та створена перша пісня під назвою «Менует». Ключовим моментом стала порада створювати з поезії А. Пісного пісні, надана Константином Лопаніциним, який і надалі допомагав в творчому пошуку та становленні групи. Також в розвитку допомагала аудиторія в соціальних мережах, за допомогою якої збиралися кошти на запис аранжованих пісень. За більше ніж десять років роботи театру-студії було випущено альбоми: «Біла ріка», «Бризки», «Живи»; проведено три концерти на сцені Конгрес-центру СумДУ восени 2022 – навесні 2023 року. Також Театр-студія А. Пісного запустила флешмоб «Нескорені міста України», у рамках якого взяли участь Генадій Бідненко, Іван Клименко, Юлія Рознен, Альона Романовська виконуючи пісню «Адажіо мертвого міста». Автором ідеї флешмобу та слів пісні виступив Андрій Пісний. Його задум полягав в тому, щоб новостворена пісня одразу пролунала в кількох інтерпретаціях, коли кожен співак пережив би її по-своєму. Нещодавно саме ця пісня у виконанні Івана Клименко перемогла у Міжнародному Музичному Фестивалі MUSIC.UA.WAR. Відеокліпи переможців фестивалю будуть представлені на виставці, яка відбуватиметься з 25 червня по 25 липня біля Арки Свободи українського народу в Центральному парку культури і відпочинку міста Києва.

У контексті комунікаційних особливостей концерту авторської пісні цікавим є аналіз виконавської манери А.Романовської. У інтерпретаціях співачки (солістки студії А.Пісного) панує музика, але домінує дух твору, найглибший інтелект, логіка художнього мислення. Навіть інколи такій майстрині, як А. Романовська (має 15 річний досвід роботи на бек-вокалі в колективі Андрія Данилка) вдається уникати інколи перебільшеної патетичності, часом манірності у «подаванні» пісенної фрази, але все це залишає характер сентиментально-піднесеного тону твору. У виконанні А.Романовської на перший план виходить драматичний початок. Звідси і більш швидкий темп фіналу, де головна тема більш рельєфно окреслена. Вокалістка за допомогою харизми створює образ романтичної героїні із запальним відтінком.

Іноді творчій імпульс вимагає більше, ніж може дати сам виконавець і потрібно посилити неабияким музичним супровідом. Тому доволі часто звертається до жанру фортепіанного чи саксафонного або змішаного концерту. В решті решт, цей жанр багатогранний та завжди емоційний по своєму типу. Провідним для цього типу є почуття. Не випадково називають такого роду виконавців надіндивідуальними.

Воєнний стан в країні не зламав групу, а навпаки дав їй новий поштовх розвитку. Саме в період війни весь репертуар театру-студії було перекладено та перезаписано українською мовою, а також він поповнився новими сентиментальними піснями, які виконувалися на концертах «Театру-студії А. Пісного». Останній концерт відбувся навесні 2023 року, а саме – 19 березня на сцені Конгрес-центру СумДУ під назвою «Спалах», власне в якому ми брали активну участь. Наш вклад починався з процесу обговорення та наповнення сценарію і продовжився етапом розробки та виконання хореографічних постановок під композиції «На кордоні» та «Дівчина-Дощ». Сценарій будувався на основі чотирьох блоків (два блоки пісень живого виконання, два – під фонограму), які склали всю драматургію концерту, тому важливим було при розробці програми дотримуватися логіки цих блоків аби не порушувати її (драматургію). В наслідок багатьох обговорень було вирішено поставити блоки в таку послідовність за якою вони відбувалися на сцені. Перший блок включав пісні живого виконання під акомпанементи піаніно, гітари та саксофона: «На кордоні», «Неможливо», «Подих», «Перемога». Блок відкрився гімном України у виконанні трубача Віктора Кузьменка. Другий блок склали аранжовані пісні-прем'єри, такі як: «Мій біль», «Голодомор», «Свіча», «Зневірений», «Тільки з тобою», «Ліверпуль». До третього блоку, як і в першому, увійшли композиції під живий супровід: «Дівчина-Дощ», «Чекаю», «Обняти», «Лезо», «Білий», «Переплетені» у виконанні Єлизавети Кульченко, Альони Романовської, Генадія Бідненко. Завершили концерт вже відомі аранжовані хіти театру-студії, а саме: «Потяг», «Знаєш», «Біла ріка», а також пісня «Палахти», яка присвячувалася пам'яті Константина Лопаніцина, життя якого забрала війна.

Новинкою останнього концерту стала хореографія до декількох композицій, яка чудово доповнила та різноманітила програму. Хореографія виступила одним із засобів атракції, тобто – привернення уваги та інтересу глядача. Хореографічні композиції були створені під пісні «На кордоні» та «Дівчина-Дощ», які виконувала молода та перспективна Єлизавета Кульченко, акомпаніаторами були: Сергій Зуєв (піаніст), Євгеній Кас'яненко (гітарист), Людвиг Шимановський (саксофоніст), а хореографом-виконавицею виступила Аліна Ткаченко.

Всі підготовчі та репетиційні моменти групи можна переглянути в серії відео «Задзеркалля», яка вигадана Андрієм Пісним для зближення з своєю аудиторією, представлена на ютуб-каналі театру-студії, а також на особистих сторінках арт-директора та учасників гурту. «Задзеркалля» – рубрика, яку складають відео з репетицій групи, де вони ознайомлюють з новим матеріалом, починають відчувати та підлаштовуватися один під одного, знаходити в собі образ задуманий автором тексту, експериментують з темпами та тональностями тощо; активну участь під час всіх цих дійств приймає та безпосередньо керує всіма процесами Пісний, голос та коментарі якого можна почути «за кадром». Вся робота та творчі здобутки групи знаходяться у вільному доступі в межах каналів «Театру-студії А. Пісного» на YouTube та Facebook.

## **2.2. Особливості цільової аудиторії та реклами**

Цільова аудиторія – це базове поняття для позначення певної групи людей, які об'єднані спільними інтересами, рівнем достатку, освіти та потребами, на яких розраховано продукт, послуга, товар тощо. Цільова аудиторія може визначатися як до пропозиції товару чи ідеї, так постфактум за вивченням поточної ситуації. Щоб товари знаходили своїх покупців, послуги – клієнтів, а витвори мистецтва – своїх поціновувачів, вони повинні відповідати їхнім вимогам та стосуватися актуальних для них тем. Умовна класифікація цільової аудиторії виникає на основі таких параметрів: стать, вік, доходи, освіта, місце проживання, фах тощо. Виходячи з цього, можна сказати, що в

більшості випадках «продажу» творчого продукту цільова аудиторія визначається постфактум, особливо коли творча команда тільки починає свою діяльність. Надалі вже формується основна аудиторія фанів творчого «продукту» на яку можна орієнтуватися, вивчати, комунікувати тощо [1].

Цільова аудиторія театру-студії складається переважно з жінок віком від 35 до 60 років, серед поціновувачів такого мистецтва також зустрічаються і чоловіки. Чому саме більшість цільової аудиторії - це жінки вікової категорії зазначеної вище? Тому що, майже весь репертуар групи складають «життєві» пісні, які потрібно пережити, обдумати, зрозуміти. Представникам молодшої вікової категорії такі пісні будуть не такими близькими та цікавими для сприйняття. Гарний спосіб розширити віковий діапазон цільової аудиторії - залучати до виконавської команди молодих виконавців, а також поєднувати різні жанри музики: поп, рок, реп.

Вкрай важливо не тільки уявляти портрет клієнта, а й регулярно спілкуватися зі своєю аудиторією. Саме клієнти зможуть підказати, як розвивати проект далі, що в ньому найбільш вдале, а чого йому бракує. Способами комунікації з цільовою аудиторією можуть бути різноманітні форми зворотного зв'язку (анкети, відгуки, опитування тощо), які можуть проводитися в соціальних мережах або ж при особистих зустрічах. Гарні відгуки та задоволені клієнти – найліпші помічники у просуванні продукту. Торкаючись теми просування продукту, то доречним буде заговорити про рекламу.

Реклама створена для просування та поширення певного товару чи послуги, привернення уваги потенційних клієнтів. Вона побудована та придумана для того, щоб впливати на свідомість людини, тому для створення ефективної реклами необхідно розумітися на психології людини. Рекламу класифікують за декількома факторами: за завданням, за методом експозиції та локацією, за діапазоном і предметом впливу. Розглянемо види реклами саме за місцем і способом її розміщення:

- Реклама в засобах масової інформації (ЗМІ): телевізійна реклама, радіо-реклама, реклама в журналах та газетах.

- Зовнішня реклама: вивіски, екрани, інформаційні щити (білборди, стовпи, павільйони, брендмауери), газосвітні панно з написами (або по іншому називають «рухомий рядок»).
- Реклама в транспорті або на ньому: написи на поверхнях транспортних засобів, надруковані оголошення в салоні, реклама на моніторах.
- Реклама на місцях продажів: оформлення торгових залів, вивіски та знаки, стелажі, дисплеї, шелфтокери.
- Друкована реклама: плакати, планшети, листівки, календарі, буклети, візитівки.
- Сувенірна реклама: блокноти, календарі, канцелярія, значки, прапорці тощо.
- Пряма реклама: реклама поштою, по телефону, «в кожні двері», інформаційні листи.
- Реклама за допомогою інших маркетингових заходів.
- Реклама в інтернеті.

З розвитком суспільства, технологій з'являються нові види реклами такі як: спонсорство, соціальна та політична реклами, а також спільна реклама декількох брендів [3].

«Театр-студія А. Пісного» частіше за все для поширення інформації користується такими видами реклами: зовнішня, друкована, пряма, в інтернеті. На афішах та плакатах розміщується вся необхідна інформація стосовно концерту (місце, час, контакти тощо), а також фото виконавців та інших учасників гурту. Гарним ходом для привернення більшої уваги та аудиторії, яким користується арт-директор студії – використання вже відомих, «гучних» імен артистів в своїй рекламі. В інтернеті рекламні програми розміщуються на сторінці Facebook «Театр-студія А. Пісного», які потім підхоплюють і розповсюджують як учасники колективу, так і підписники. Засоби масової інформації також беруть участь в рекламних кампаніях театру-студії. «Суспільне Суми» був присутнім на концерті «Живи» восени, і після був

змонтований ролик для новин про цей захід міста, який транслювався по телебаченню та онлайн. Матеріали стосовно рекламних заходів театру-студії подано в додатку Б. Розробкою фотоматеріалів для реклами займається Юрій Босий, а інформаційним наповненням – Андрій Пісний, також саме він відповідальний за її поширення.

### **2.3. Методичні рекомендації щодо покращення організації та проведення концертів «Театру-студії А. Пісного»**

У результаті співпраці з «Театром-студією А Пісного» та аналізу його концертної діяльності пропонуємо методичні рекомендації щодо покращення організації та проведення концертів:

#### **1. Рекламні та PR-кампанії.**

«Театр-студія А.Пісного» – це команда талановитих митців і фахівців різних галузей, яких об'єднує любов до пісні. Вони здатні торкатися потаємних місць душ слухачів, особливо на концертах, коли все звучить наживо, утворюючи симбіоз та фурор емоцій. Але, на жаль, про них не всім відомо, навіть у нашому невеликому місті, не говорячи вже про всеукраїнські масштаби. Для збільшення аудиторії глядачів концертів необхідно проводити PR-кампанії та не забувати про рекламу. Можна навіть скористатися послугами відповідних агентств, аби досягти помітних результатів за короткий проміжок часу. Можна також опановувати творчі форми спілкування з потенційною аудиторією (на зразок майстер-класів, творчих зустрічей, на зразок тих, що їх проводить клуб авторської пісні «Булат»).

#### **2. Відповідальна особа за організацію концерту.**

Андрій Пісний – це людина, яка поєднує в собі багато «ролей»: директора, арт-директора, організатора, поета. При такій багатофункціональності розсіюється увага і виникає небезпека зниження якості. Організатор концерту візьме на себе певний обсяг роботи, таким чином полегшивши роботу директора групи та якісно виконавши свою роботу.

Обов'язки організатора обговорюються двосторонньо. Прикладом можуть бути:

- пошук приміщення для концерту;
- домовленість за дату, час концерту та репетицій
- пошук необхідної апаратури та людей, які з нею працюють (зазвичай це звуковик та світловик)
- транспортні послуги (якщо потрібні)

### 3. Хореографічні елементи або постановки.

Хореографія - це ще одне мистецтво, яке точно не буде зайвим на сцені і буде гармонійно синхронізуватися та доповнювати інші. Адже танець і музика майже невід'ємні одне від одного. Звісно потрібна золота середина. Головний акцент повинен бути на пісні, тобто хореографії повинно бути в міру, щоб тільки підігріти інтерес глядача, можливо в деякій мірі урізноманітнити концертну програму, підкріпити художній образ пісні.

### 4. Костюми.

Глядачу завжди подобається красива, яскрава «картинка» на сцені. Було б цікаво створити або фірмовий колір/кольори, костюми в одному стилі чи кольоровій гамі. Так як люди частіше за все обирають та оцінюють спочатку очима, а потім вже іншими рецепторами, то важливо запам'ятися та відбитися в уяві глядача яскраво, по особливому, феєрично, можливо екстравагантнo або навпаки витончено.

### 5. Фотосесія, фотозона.

Що люблять глядачі після концерту? Звісно це фото на згадку зі своїм кумиром чи всією творчою командою. Тому після концерту непогано залишати час саме на це - тісне спілкування з аудиторією, фото з ними тощо. І як вже згадувалося раніше за «красиву картинку», не поганим доповненням до всього цього дійства була б фотозона з символікою театру-студії.

### 6. Сувенірна продукція.

Сувенірна продукція – це гарний маркетинговий хід, який приносить непогані прибутки. Сувенірами можуть бути календарі, блокноти, ручки, одяг,



просто фото або буклет з автографами тощо. Сувенірна продукція з автографами завжди тішать глядача та залишаються на згадку про відбуту подію.

#### 7. Онлайн – концерти.

Формат «online» набув своєї популярності під час пандемії в усьому світі. Не оминуло це і мистецьку сферу, коли почали проводитися онлайн-трансляції концертів. Такий формат все далі розвивається і не втрачає свого попиту. Найголовніша перевага даного формату – це перегляд в будь-якому куточку світу. Онлайн-концерт – це гарна альтернатива для тієї аудиторії, в якій не вийшло наживо потрапити на концерт. Онлайн-трансляції також виступають одним з маркетингових інструментів, за допомогою нього можна залучити нову аудиторію, отримувати донати (що як ніяк актуально в наш час), ну і в свою чергу нагадувати своїй аудиторії про себе. Головне – продовжувати розпочату практику виступів «наживо», без використання фонограмм.

### **Висновки до Розділу 2**

У практичній частині кваліфікаційної роботи було проаналізовано діяльність «Театру-студії А. Пісного» на основі матеріалів, наданих нам Андрієм Пісним під час інтерв'ю, особистих зустрічей та спільної роботи, а також розміщених у мережі Інтернет. Музичні твори театру-студії, пройшовши через сувору ритмічну структуру, продуманий та обґрунтований композиційний план, через складний комплекс поетичних та філософських ідей, звучать як живе слово, яке то ніжно пестить, то енергійно збуджує, то гнівить, то радіє і жартує. Найніжніші відтінки почуття та піднесено-величний стан, примхливі зміни настрою і зосереджено-тривалі споглядання – все, в чому виявляє себе людське психічне життя, відбивається у співучих звучаннях, фіксується у чітких і пружних ритмах, у конкретних формах і сприймається слухачем в акті спілкування, що виникає безпосередньо через музику, яка збагачує душевний світ.

На основі власних спостережень та аналізів, окреслено цільову аудиторію гурту, яку складають жінки, переважно віку 35 років і старше, а також серед загальної жіночої аудиторії є місце і протилежній статі - чоловікам.

Як підсумок всієї роботи з театром-студією, нами було надано методичні рекомендації щодо покращення організації та проведення концертів, до яких увійшли: розробка рекламних та PR-кампаній, користування послугами арт-менеджера, доповнення номерів хореографічними постановками, створення образів та пошив костюмів, відведення місця та часу на фотосесії, розробка сувенірної продукції, освоєння формату онлайн-трансляцій, удосконалення побудови сценарного плану.

## ВИСНОВКИ

В результаті дослідження було особливостей організації та проведення концертів авторської пісні «Театру-студії А. Пісного» було зроблено наступні висновки:

1. Концертно-видовищна програма є одним з найбільш популярних видів дозвілля. Культурно-видовищними заходом називають подію культурного життя, в якому застосовані різні форми та засоби художнього впливу на людей відповідно до традицій та рівня розвитку культурного життя суспільства. Концертно-видовищна діяльність виконує такі функції: світоглядну, виховну, інформативну та комунікативну, гедоністичну, компенсаторну, пізнавальну, рекреаційно-розважальну, функцію організації дозвілля населення. Водночас концертно-видовищна сфера – сфера великого бізнесу, до якої залучено широкий спектр сучасних технологій, таких як менеджмент, маркетинг, реклама та PR, фандрайзинг та ін.

Концерт виступає найпоширенішим видом видовища, який має складну технологію. У сучасному розумінні – це низка творчих номерів (пісенних, хореографічних, театральних, інструментальних тощо), які відбуваються в певному порядку, за заздалегідь узгодженою програмою та у відповідно обладнаному під це дійство приміщенні. Концерти розрізняються за цільовим призначенням, місцем проведення, способом побудови програм, видами виконання, складом учасників виступу, кількістю учасників, складом глядачів.

2. Ключовими особами в процесі організації та проведенні концерту є режисер та арт-менеджер. Їх діяльність спрямована на створення та поширення художньої продукції. Організація концерту проходить у декілька етапів: створення сценарного плану, написання літературного сценарію, складання репетиційного плану. Постановочну групу концертно-видовищної програми, окрім режисера, складають: асистент, художник-постановник, художник по світлу, звукорежисер, помічник режисера, музичний керівник, головний балетмейстер, художник-гример.

Діяльність арт-менеджера з організації концертно-видовищних програм складається з низки аспектів: організаційного (оренда та художнє оформлення концертних приміщень; встановлення апаратури, розклад репетицій, створення побутових умов для виконавців); маркетингового (виявлення потенційної аудиторії, затребуваності виконавця, організація рекламної кампанії, підготовка афіш та відео роликів, проведення прес-конференцій, розповсюдження квитків); фінансового (пошук генеральних, офіційних та медіа спонсорів, формування бюджету); нормативно-правового (висновок договору з представниками виконавця та виконання договірних зобов'язань; основні складові типового райдеру – вимоги щодо технічного забезпечення, апаратури, оформлення концертного залу, надання готельних номерів та харчування).

3. На фоні історичних подій в Україні відбувається активне відродження української співаної поезії, українські автори та виконавці власних пісень та співаної поезії об'єднуються з метою популяризації українського слова та виведення української співаної поезії з андеграунду. У наш час так само продовжується ця комунікація через пісню, спілкування автора та слухача, причому слухачем може виступати не одна людина, не група людей, а навіть ціла країна або ж цілий світ.

4. «Театр-студія А. Пісного» – це творчий колектив, який створює, виконує та просуває авторський пісенний продукт. На чолі цієї групи стоїть Андрій Пісний, який є її арт-директором, а також автором текстів пісень. Театр-студія здійснює активну соціокультурну діяльність у Сумах і в Україні: проводяться концерти «наживо», створюються пісні на замовлення відомих українських виконавців і знаменитостей (наприклад, пісня, під яку на ринг виходить Олександр Усик), знімаються відеокліпи та інші медіапродукти. Цікавим проектом театру-студії став флешмоб «Нескорені міста України», у рамках якого українські співаки виконали пісню «Адажію мертвого міста», майже одночасно продемонструвавши інтернет-публіці власні інтерпретації пісні. У період війни весь репертуар театру-студії було перекладено та перезаписано українською мовою.

5. Цільова аудиторія театру-студії складається переважно з жінок віком від 35 до 60 років. З метою підтримання дієвого контакту з аудиторією А. Пісний веде рубрику «Задзеркалля» – відео з репетицій групи. Вся робота та творчі здобутки групи знаходяться у вільному доступі в межах каналів «Театру-студії А. Пісного» на YouTube та Facebook.

«Театр-студія А. Пісного» користується такими видами реклами: зовнішня, друкована, пряма, в інтернеті, засобах масової інформації. На афішах та плакатах розміщується вся необхідна інформація стосовно концерту (місце, час, контакти тощо), а також фото виконавців та інших учасників гурту. В інтернеті реклама розміщується на сторінці Facebook театру-студії, яку потім підхоплюють і розповсюджують учасники колективу і підписники. Телеканал «Суспільне. Суми» на концерті «Живи» змонтовав ролик для новин про цей захід.

6. У результаті співпраці з «Театром-студією А Пісного» та аналізу його концертної діяльності пропонуємо методичні рекомендації щодо покращення організації та проведення концертів:

- Рекламні та PR-кампанії. Можна скористатися послугами відповідних агентств, аби досягти помітних результатів за короткий проміжок часу. Також варто опанувати творчі форми спілкування з потенційною аудиторією (на зразок майстер-класів, творчих зустрічей, на зразок тих, що їх проводить клуб авторської пісні «Булат»).

- Відповідальна особа за організацію концерту. Організатор концерту візьме на себе певний обсяг роботи і якісно його виконає, таким чином «розвантаживши» А.Пісного.

- Хореографічні елементи або постановки.

Хореографія – це мистецтво, яке буде гармонійно синхронізуватися та доповнювати інші на сцені. урізноманювати концертну програму, підкріпити художній образ пісні.

- Костюми. Було б цікаво створити або фірмовий колір/кольори, костюми в одному стилі чи кольоровій гамі. Важливо запам'ятися та відбитися в уяві

глядача яскраво, по особливому, феєрично, можливо екстравагантно або навпаки витончено.

- Фотосесія, фотозона. Після концерту варто залишати час саме на тісне спілкування з аудиторією, фото з ними тощо. Гарним доповненням до всього цього дійства була б фотозона з символікою театру-студії.

- Сувенірна продукція – це гарний маркетинговий хід, який приносить непогані прибутки. Сувенірами можуть бути календарі, блокноти, ручки, одяг, просто фото або буклет з автографами тощо. Сувенірна продукція з автографами завжди тішать глядача та залишаються на згадку про відбуту подію.

- Онлайн – концерти. Найголовніша перевага даного формату – це перегляд в будь-якому куточку світу. Онлайн-концерт – це гарна альтернатива для тієї аудиторії, в якій не вийшло наживо потрапити на концерт. Онлайн-трансляції також виступають одним з маркетингових інструментів, за допомогою нього можна залучити нову аудиторію, отримувати донати (що як ніяк актуально в наш час), ну і в свою чергу нагадувати своїй аудиторії про себе. Головне – продовжувати розпочату практику виступів «наживо», без використання фонограм.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Idea Digital Agency. (2022). *Як визначити цільову аудиторію*. Відновлено з <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/>.
2. Lex Intels. Реєстрація авторських прав на музичний твір. Відновлено з <https://lexintels.com.ua/poslugi/reiestratsiia-avtorskykh-prav/reiestratsiia-avtorskykh-prav-na-muzychnyi-tvir>.
3. MR group company. (2016). Види реклами. Відновлено з <https://www.mrgroup.com.ua/види-реклами/>.
4. Барди України. Міжнародний фестиваль авторської пісні та співаної поезії «Булат». Відновлено з <https://www.bards.org.ua/bulat-ua>.
5. Вільна енциклопедія Вікіпедія. Українські барди. Відновлено з [https://uk.wikipedia.org/wiki/Українські\\_барди](https://uk.wikipedia.org/wiki/Українські_барди).
6. Гірняк, О. М., Лазановський, П. П. (2008). Менеджмент. Теоретичні основи і практикум. Львів: Новий світ, 336.
7. Дейнега, О. В. (2014). Організація та проведення культурно-мистецьких масових заходів. Київ.
8. Макарова, Є. А., Мойсейчук, С. Б., Смаргович, І. Л. (2015). Організація концертно-видовищної діяльності. Мінськ: ДУК «Мінський обласний центр народної творчості».
9. Обласний методичний центр культури і мистецтва. Методичні рекомендації «Організація масових і театралізованих свят». Запоріжжя: Автор.
10. Онлайн-зустріч майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності СумДУ з відомим сумським поетом Андрієм Пісним. *Сайт кафедри психології, політології та соціокультурних технологій СумДУ*. Відновлено з <https://ppst.sumdu.edu.ua/uk/novyny/927-onlain-zustrich-maibutnikh-menedzheriv-sotsiokulturnoi-diialnosti-sumdu-z-vidomym-sumskym-poetom-andriiem-pisnym>

11. Остапенко, Д. (2021). Концертна діяльність. Менеджмент. Київ: КНУТКТ ім. І.К. Карпенка-Карого, 40-46.
12. Правничий дім Копірайт. Авторське право в музиці для авторів і виконавців. Відновлено з <https://kopirait.com.ua/avtorske-pravo-v-muzici-dlia-avtoriv-i-vykonavciv/>.
13. Рашевська О., Члек К.У Сумах відбувся перший концерт сумського театру-студії Андрія Пісного. *Суспільне. Новини*. Відновлено з <https://suspilne.media/277408-u-sumah-vidbuvsja-persij-koncert-sumskogo-teatru-studii-andria-pisnogo/>
14. Татарінкова, А. А. (2015). Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. Технології арт-менеджменту та їх роль у модернізації професійної підготовки кадрів для сфери культури й мистецтва, 6(50), 381-388, УДК 371.937.
15. Шапко, Л. І. (2020). *Концерт як видовищна форма дозвілля, форма естетичного виховання. Види концертів*. Відновлено з [https://lvkm.com.ua/images/Docs/Dustancijne\\_navchannya\\_april/Шапко\\_ЛІ\\_Заняття\\_за\\_07.\\_04.\\_20.\\_Концерт.pdf](https://lvkm.com.ua/images/Docs/Dustancijne_navchannya_april/Шапко_ЛІ_Заняття_за_07._04._20._Концерт.pdf)



## ДОДАТКИ

### Додаток А

Емблема фестивалю авторської пісні та співаної поезії «Булат»



## Афіша до концерту «Спалах»

**19 березня  
16:00**

**Конгрес-центр СумДУ  
(вул. Покровська, 9/1)**



**Живий  
звук**

О. Романовська  
Г. Бідненко  
І. Куліжніков  
С. Зуєв  
Є. Касьяненко  
О. Алексєєв  
Є. Кульченко

**Нова концертна програма театру-  
студії Андрія Пісного**

# Спалах

## Додаток В

Афіша до концерту «Рок+поп+реп»

Квитки в касі філармонії  
або за телефоном  
**+380 (66) 846 37 79**

**СУМСЬКА ОБЛАСНА ФІЛАРМОНІЯ**  
вул. Петропавлівська, 63

**4 червня**

**РОК + ПОП + РЕП 17:00**

єднаємо країну



**Театр-студія Андрія Пісного**  
та його зіркові друзі

Юлія Рознен      Олена Романовська      Артем Лоїк

## Анонс концертної програми «Спалах» у груповому чаті «Театру-студії А. Пісного» соціальної мережі



**Театр-студія Андрія Пісного**

Andrei Pisnoy · 28 лют. · 🌐

СПАЛАХ

\*\*\*

Нова концертна програма від Театру-студії Андрія Пісного

19 березня 2023 року. Конгрес-центр СумДУ.  
16-00

Живий звук. Повністю оновлений репертуар. Хореографія.

Пісні, які нікого не залишать байдужим.

Квиток коштує 200 грн.

Частина коштів з продажу йде на потреби ЗСУ.

Частина на розвиток україномовної пісні.

Довідки за телефоном

066-846-3779

Для вас співають:

Олена Романовська - учасник Євробачення,  
фіналіст X-Фактор

\*

Геннадій Бідненко - фіналіст конкурса  
"Червона Рута"

\*

Олексій Алексєєв - співак та аранжувальник

\*

Єлизавета Кульченко - співачка та ведуча

Музичний супровід

Сергій Зуєв - піаніно, лауреат міжнародних  
джазових фестивалів

\*

Іван Куліжніков - саксофон, учасник  
міжнародних джазових фестивалів

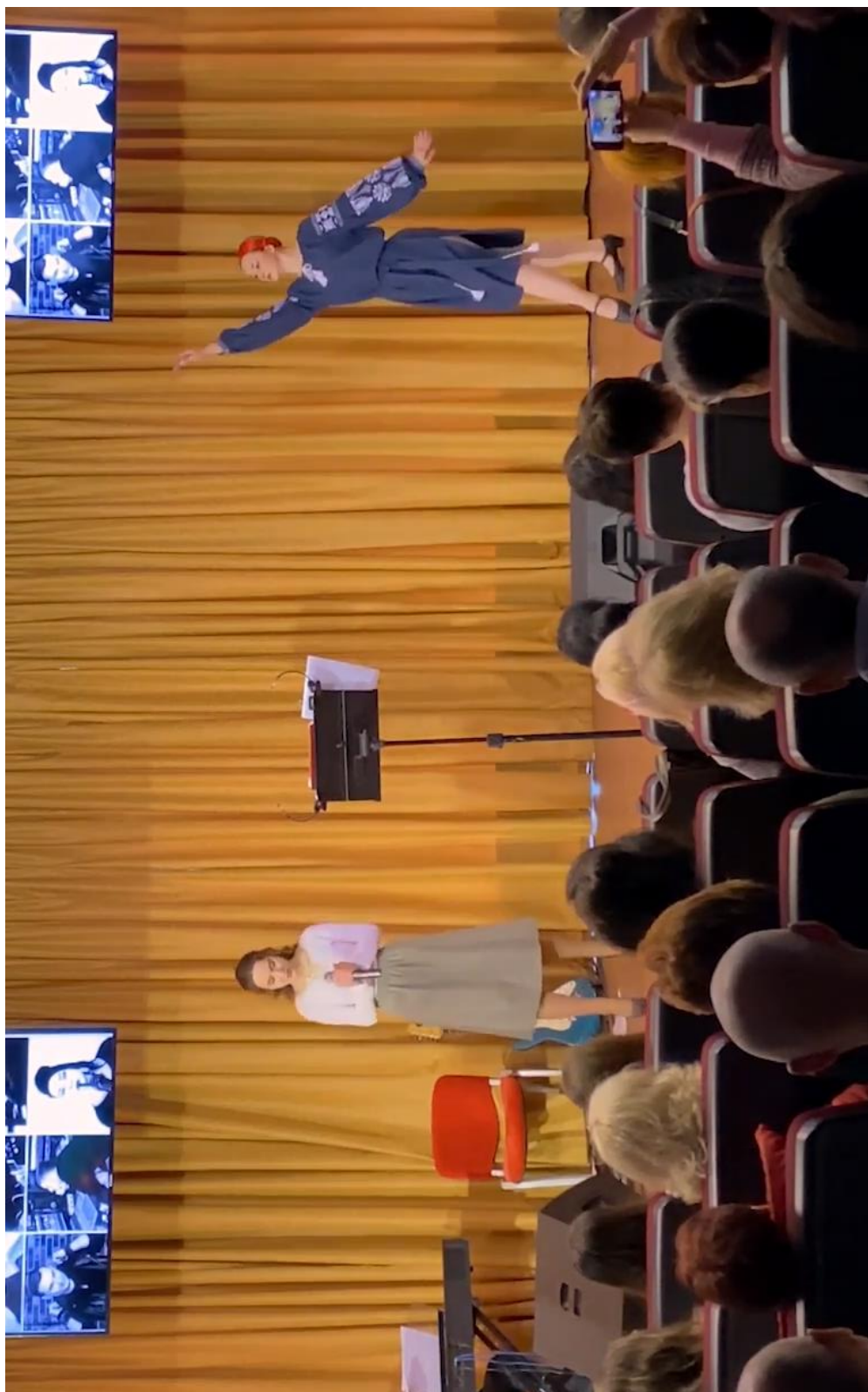
\*

Євген Касьяненко - електрогітара

\*

Віктор Кузьменко - труба, один із героїв  
фільму "СУМИ. Ми дали їм під дих"

**Фрагмент хореографічної композиції на пісню «На кордоні»  
концертної програми «Спалах»**



**Фрагмент хореографічної композиції на пісню «Дівчина-дощ»  
концертної програми «Спалах»**

