

ФЕСТИВАЛЬНИЙ РУХ УКРАЇНИ ПЕРІОДУ ЇЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ

Проаналізовано фестивальний простір періоду незалежності України як показник і катализатор інтенсивності та якості мистецького життя.

Ключові слова: фестиваль, фестивальний рух, фестивальний простір, молодіжні музичні фестивалі.

Проанализировано фестивальное пространство периода независимости Украины как показатель и катализатор интенсивности и качества искусства.

Ключевые слова: фестиваль, фестивальное движение, фестивальное пространство, молодежные музыкальные фестивали.

This article analyzes festival space period of Ukraine's independence as an indicator and a catalyst intensity and quality of artistic life.

Key words: festival, festival movement, festival space, youth music festivals.

У сучасних умовах глобалізації та всесвітньо-економічної кризи Україна як держава перебуває в стані економічно-соціального шоку та національно-культурного шоку. Демократичні процеси відбуваються хаотично у зв'язку зі слабким законодавчо-правовим полем. Ліберальні та консервативні ідеї не спрацьовують у суспільстві, позбавленому єдності ідеалів і загальної мети. Глобальне все більше превалює над суспільним і національним.

Сучасний культурний простір України характеризується потужним розвитком фестивального руху, який підтримує та допомагає розвиватися тим виконавцям, жанрам та напрямкам, які здебільшого залишаються поза увагою вітчизняних мас-медіа та преси.

Проведення фестивалів стає фактором залучення міста як повноцінного культурного суб'єкта до світового культурного простору, а фестиваль набуває значення обов'язкового атрибуту культурного центру. Саме фестиваль стає альтернативою концертному сезону та резонансному засобу демонстрації культурної значущості певного просторового локусу, що обумовлює актуальність дослідження.

Мета статті – проаналізувати фестивальний простір періоду незалежності України в контексті фестивального туризму. Відповідно до мети поставлено такі завдання:

- дослідити сучасний вітчизняний фестивальний простір України;
- розглянути фестивальний туризм України як один із видів подієвого туризму;
- розглянути основні проблеми, від яких страждають вітчизняні молодіжні музичні фестивалі.

Сучасний культурний простір України характеризується потужним розвитком фестивального руху, який підтримує та допомагає розвиватися тим виконавцям, жанрам та напрямкам, які залишаються поза увагою вітчизняних мас-медіа та преси. Крім того, надається імпульс у самоствердженні та прояві індивідуальності й можливість

самореалізації тієї частини української молоді, яка втонула від того, що їм нав'язують вітчизняні ЗМІ.

Фестивальний рух є показником і своєрідним каталізатором інтенсивності та якості мистецького життя будь-якої країни, найбільше – у розвинутих європейських державах. Фестивалі, як засвідчує світовий та український досвід, що визначають напрямки розвитку мистецтва, продукують нові ідеї, відкривають нові безмежні обрії творчої діяльності. Фестиваль – це не тільки свято та насолода (франц. *festival* – свято, від лат. *festivus* – веселий святковий), а й своєрідний механізм регулювання та корекції естетичних смаків, поглядів, формування нових ідеалів. Це також перевірка практикою новацій, визначення пріоритетів і пошук неторованих шляхів розвитку мистецтва та культури.

Справжній фестиваль існує насамперед заради відчуття свята, яке він дарує, демонструючи при цьому інновації форм, змісту та виконавства. Будь-який фестиваль виконує ще й функцію виховання естетичних смаків публіки та митців, сприяє пошуку нових форм самого існування сучасного мистецтва, неординарних постановочних та дизайнерських рішень, пропаганді таких нових синтетичних видів, як перформанс (поєднання музичної ідеї з символічно закодованою пластикою акторського руху), інсталяція (сполучення візуальних та акустичних ідей з життєвою та соціальною дією), відеоінсталяція (зіткнення різноманітних форм відеоряду з музикою).

Причинами, що спровокували фестивальний «бум», стало різке зuboжіння концертного сезону, з одного боку, та процеси регіоналізації та децентралізації з іншого. Після розпаду Радянського Союзу та усунення єдиного центру (Москва) було зменшено фінансування сфери культури, що призвело до майже повного припинення функціонування системи концертно-гастрольної діяльності. На початку 90-х років XX ст. актуальності набуває саме фестиваль як альтернатива концертному сезону та резонансний засіб демонстрації культурної значущості певного просторового локусу.

Проведення фестивалів стає фактором залучення міста як повноцінного культурного суб'єкта до світового культурного простору, а сам фестиваль набуває значення обов'язкового атрибуту культурного центру.

Для будь-якого фестивалю спільною є неповторна атмосфера свята та духу свободи, які створюють організатори, учасники та глядачі. Атмосфера робить фестиваль незабутнім видовищем. Сучасний вітчизняний фестивальний простір ставить перед собою багато цілей та завдань, серед яких можна виділити пропаганду здорового способу життя, допомога обдарованій молоді, збереження навколишнього середовища, сприяння розвитку української музики, інтеграція у єдиний світовий культурний простір, піднесення національної ідеї серед молоді. Варто зазначити, що українську ідею набагато легше передати мовою культури, ніж мовою політики. Тому за допомогою української музики, літератури, народних ремесел легко себе ідентифікувати й відчутти себе українцем.

Саме фестивалі позначаються на українських музикантах, народних майстрах та інших носіях етнічної (і не тільки) культури. Адже мистецтво, яке вони пропагують, у фестивальних умовах нарешті отримує шанс бути почутим, побаченим, а подеколи – навіть усвідомленим, чого в умовах «зашлакованості» національного інформаційного простору досягти майже нереально.

Культурним явищам потрібна загальнонаціональна, зокрема й фінансова, підтримка. Тільки тоді зростатиме якість, підвищуватиметься конкурентоздатність, тоді культура не здаватиметься позбавленим життя музейним експонатом, життя якого штучно підтримується.

Гості на фестивалі з кожним роком почуваються значно розкутішими: їм цікавий не лише концерт на великій сцені, вони сміливіше беруть участь у майстер-класах із танців, відважніше беруться до гончарства, реагують на літературні акції, жвавіше цікавляться книжковими стендами та іншими супутніми фестивальними заходами. Одним словом, почуваються значно органічніше у своєму ж українському світі.

Будь-який фестиваль має відкривати нові імена, повинен заявляти про ці імена. Чим більше він відкриває імен, тим більше глядачів приїдуть для того, щоб побачити ще щось нове.

Якщо в місті проведення фестивального дійства міські жителі зазвичай не виявляють особливого зацікавлення до того, що відбувається на фестивальних майданчиках, то цього не можна сказати про глядачів, які приїждять з різних куточків України. Це можна назвати фестивальним туризмом, який в Україні практично не має такого розвитку, як в інших країнах світу, де подібні заходи залучають мільйони туристів.

Фестивальний туризм є одним із видів подієвого туризму (event tourism), який дає змогу туристам ставати живими свідками та учасниками найбільших подій у світі спорту, культури та мистецтв. Потрібно робити фестивальний продукт, який може конкурувати на ринку і давати моральні й матеріальні дивіденди.

Розвиток в'їзного туризму стимулює економічний розвиток міста, регіону, країни. Можна стверджувати, що фестиваль є каталізатором туристичного ринку. За словами організаторів фестивалю «Дзвони Лемківщини», у 2011 р. у ньому взяли участь майже 20 тисяч учасників з України та з-за кордону, зокрема з Польщі, Словаччини, Сербії, Хорватії. У Львові 40% до бюджету міста надходить від туризму. Як зазначає президент «Таврійських ігор» Микола Баграєв, у період проведення фестивалю інфраструктура (приватний сектор, торгівля тощо) міста отримує великий прибуток, приблизно за чотири дні – річну виручку. Незважаючи на економічну кризу та фінансові проблеми як організаторів, так і відвідувачів, ряди фестивальної публіки збільшуються щороку. У 2009 р. протягом тижня фестиваль «Арт-Поле» відвідало біля 50 тисяч осіб, київський «ГогольFest» за 17 днів відвідали 120 тисяч глядачів. Організатори фестивалю «Парк Київська Русь» прогнозують, що після закінчення будівництва цей «Парк» стане туристичною Меккою України й прийматиме до 3 млн. відвідувачів на рік зі всього світу.

Опитування, яке проводилося в грудні 2010 р. в п'яти провідних країнах ЄС (Німеччині, Іспанії, Франції, Великобританії та Італії), продемонструвало, що поряд з двома показниками-лідерами – відвіданням культурно-історичних пам'яток (перше місце, 56%) та сільським туризмом (44%) – до перспективних для України видів туризму опитані зараховують також природні заповідники (44%) та фестивальний туризм (39%). Результати дослідження були покладені в основу стратегії формування позитивного іміджу України та просування її бренду за кордоном.

Ефективне використання культурно-історичного потенціалу, архітектурних і природних пам'яток дає можливість розвивати нові, більш перспективні економічні напрями. На відміну від традиційних секторів економіки, туристичний сектор має необмежені ресурси і з часом здатен розвиватися в геометричній прогресії.

За останні роки міські влади ряду регіонів обговорювали питання розширення фестивального туризму в місті та регіоні, створення нових екскурсійних маршрутів тощо.

Як свідчить закордонна практика, проведення фестивалів належить до стимулюючих факторів у програмах соціально-економічного розвитку окремих поселень. Проведення фестивалів сприяє розвитку економіки таких поселень, приносячи прибутки від туристичних потоків, водночас не вимагаючи великих фінансових інвестицій. Як приклад, Тернопільська та Запорізька області, які можна віднести до так званих депресивних регіонів, де багато населених пунктів перебувають у занедбаному стані через нестачу робочих місць та обмеженість місцевих бюджетів. За останніми даними, на Тернопільщині проводиться понад 20 фестивалів щорічно, які мають різний статус: районні, регіональні, всеукраїнські та міжнародні. На території Національного заповідника «Хортиця» з 2004 р. здійснюється відтворення історико-культурного комплексу «Запорозька Січ». Крім того, в цьому регіоні триває серйозне піднесення фестивального руху різних статусів та напрямків.

У місцях проведення фестивалів поживляється туристичний рух, поліпшується інфраструктура й з'являються нові можливості для розвитку туризму й сталого розвитку регіонів.

Головною метою подієвого туризму є як відвідування туристом конкретного заходу, так і його безпосередня участь, «включення» в події, що відбуваються. Саме тому ресурсом для залучення туристів може стати певна соціальна дія, а саме фестиваль як визначна культурно-мистецька подія, що закріплює за собою ще й статус туристичного дійства, яке щороку зацікавлює десятки, а то й сотні тисяч туристів.

З основних проблем українських молодіжних музичних фестивалів, яким не приділяють увагу вітчизняні продюсери, можна виокремити такі:

- відсутність чіткої концепції, яка насамперед визначається оригінальністю заходу і його автентичністю. Більшість фестивалів мають однакове обличчя, майже однакових виконавців і відрізняються назвами та місцем розташування;

- недолуга інфраструктура. Людина не може повною мірою насолоджуватися розвагами та музикою, коли їй фізично некомфортно (відсутня питна вода, душі, біотуалети, затінок тощо). Іноземні глядачі спершу дивляться саме на рівень комфортності й платять за це валютою. Знаменитий британський фестиваль Гластонбері (Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts) не відбувся в 2012 р. через проведення Олімпійських ігор у Лондоні, для організації яких знадобилася така кількість туалетних кабінок, що на любителів музики може і не вистачити. Минулого року для відвідувачів фестивалю – а їх було близько 190 тисяч осіб – працювало 3,225 тисячі туалетів. На будь-якому вітчизняному фестивалі кількість туалетних кабінок у кращому разі не перевищує 5 десятків;

- слабіше уявлення під час підготовки до фестивалю про цільову групу потенційних відвідувачів: мова йде маленьких дітей, яким не створюються умови для повноцінного відпочинку. Крім того, організатори не прораховують можливостей розміщення очікуваної кількості глядачів. Так, у 2010 р. на фестивалі «Свірж» очікувалося близько 50 тисяч глядачів, насправді було 10 тисяч, але місць для наметів все одно не було;

- транспортування до місця події відвідувачів. На деякі вітчизняні фестивалі добирання до місця події нагадує екстремальні види спорту. Хоча на європейських фестивалях організатори зацікавлені, щоб прибуло якомога більше глядачів і тому надаються безкоштовні автобуси, які їх привозять з вокзалу до фестивального місця («Хайнекен опен ер», «Сігет» тощо);

- забезпечення умов для прийому VIP-гостей та гостей з-за кордону (стоянки для авто, харчування, душові кабінки тощо);

- одна з найбільших проблем – це налагодження внутрішніх і зовнішніх комунікацій. Не лише глядачі, а й учасники не знають, хто виступає й коли. Також не знають, до кого з організаторів можна звертатися з тих чи інших питань;

- більшість організаторів, створюючи фестиваль, виходять із принципу: за менші гроші – побільше виконавців, а від цього потерпає якість фестивалю;

- головна проблема – небажання мас-медіа співпрацювати з організаторами фестивалів: як правило, виконавці, до яких ми звикли з телебачення та радіо, суттєво відрізняються від тих, хто постійно виступає на фестивальных майданчиках.

Отже, фестиваль високого рівня потребує коштів, туристів, розвиває інфраструктуру та відкриває нові таланти, створює нові робочі місця та наповнює фінансово місцеві бюджети. Фестиваль є не разовою акцією, а щорічною подією в житті країни, регіону, міста.

Література

1. Гоцуляк С. Напередодні культпрориву / Станіслав Гоцуляк // Персонал Плюс. – 2009; №38 (340). – 23–29 вересня. – С. 3.
2. Дударчук К. Фестивалі як вид подієвих туристичних ресурсів / Катерина Дударчук // Рекреаційна географія і туризм. Наукові записки. – 2011. – №1.
3. Жулинський М. Національні культури і проблеми глобалізації / М. Жулинський // Слово і час. – 2002. – №12.
4. Запорізький край – край козацької звитяги, степова перлина Півдня України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.zotic.zp.ua>.
5. Івшина Л. Олег Скрипка наполягає на Своєму. А Своє для нього... / Лариса Івшина, Марія Томак // День. – 2012. – №105.
6. Прасол В. Наша країна наближається до «Країни мрій» дуже повільно, але вона прагне нею стати / Вікторія Прасол, Анна Слесарева, Анна Шкільна // День. – 2012. – №109–110.