

А. Р. Живица

*преподаватель-исследователь,
соискатель ученой степени
кандидата культурологии (5.10.1),
Институт современного
искусства;*

*руководитель вокальной студии,
культурный центр «Авангард»,
Москва, Россия*

МЕНЕДЖМЕНТ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТА «ZVENTA SVENTANA» КАК СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ СОХРАНЕНИЯ И АКТУАЛИЗАЦИИ ФОЛЬКЛОРА

Анализируется менеджмент этнокультурного проекта «Zventa Sventana». Изучение и анализ успешных проектов в данной стилистике имеет первостепенное значение для поиска наиболее эффективных решений в сфере музыкального этнокультурного проектирования, целью которого является актуализация и популяризация фольклорной традиции. Автором рассматриваются проектные технологии в социокультурной среде и их преимущества, дается определение понятию «этнокультурный проект» и определяются его характерные черты. Неофольклорный проект «Zventa Sventana» исследуется с точки зрения музыкальной концепции, художественного и организационного аспектов, также рассматриваются эффективные технологии его продвижения.

Ключевые слова: *социокультурное проектирование, этнокультурный проект, музыкальный менеджмент, продвижение этнокультурного проекта, технологии социокультурного проектирования*

Актуализация фольклора – одна из наиболее остро звучащих сегодня научных тем. Несмотря на обилие трудов, посвященных этому вопросу, потребность в нахождении и осмыслении новых форм претворения фольклорной традиции, а также в структурировании и систематизации социокультурных технологий, способствующих данному процессу, в современном мире возрастает. Одной из таких эффективных технологий выступает менеджмент, рационализирующий и минимизирующий потребление ресурсов и направленный на сохранение, воспроизводство и продвижение культурного продукта или услуги. Менеджмент, являясь актуальным и магистральным научным направлением, мало освещен в контексте его применения в этнокультурной среде. Избранный нами ракурс исследования – менеджмент

этнокультурных проектов как проектов, нацеленных на сохранение, актуализацию и популяризацию фольклорного наследия, – остается слабоизученным проблемным полем, открытым для последующих научных изысканий. Анализ практического опыта этнокультурных проектов, демонстрирующих успешные решения как с музыкальной точки зрения, так и в методах продвижения своего творчества в музыкальной индустрии, позволяет выявить современные тенденции в адаптации фольклора, т. е. новые формы его актуализации и репрезентации и эффективные технологии и инструменты популяризации культурного наследия.

Наиболее значимыми для нас трудами в данной статье являются исследования Е. А. Каминской, посвященные актуализации фольклорного наследия, И. Ф. Симоновой,

рассматривающей вопросы социокультурного проектирования, Т. Л. Степиной в области социокультурного проектирования с точки зрения педагогики, а также А. В. Крыловой по музыкальному менеджменту, проектированию и продюсированию.

Проектные технологии в современном мире уже подтвердили свою эффективность во всех сферах человеческой деятельности сочетанием рационального и творческого подходов, нацеленностью на создание уникального продукта, четкостью методологической базы, структурированностью и стабильностью всех операций, наличием контроля за всем циклом создания и реализации проекта. Позитивным является и опыт их применения в социокультурной сфере, к которой непосредственно относится этническая культура, поскольку проектно-ориентированный подход позволяет добиться «необходимого сочетания традиционных и инновационных начал в отечественной культуре, роста культурного многообразия» [1, с. 4]. Так, в качестве преимуществ проекта А. В. Крылова отмечает динамичность, экономическую эффективность, конкурентоспособность, привлечение внимания спонсоров, средств массовой информации и многое другое [5, с. 13]. Социокультурные проекты направлены на преобразования в данной сфере, и, как пишет А. Р. Каюмова, «в социально-культурных проектах объектом оптимизации является культура личности, а также социально-культурная среда, которую проектировщику необходимо изменить, улучшить» [4]. В алгоритм проектной деятельности входят проблематизация, целеполагание, инструментализация [6, с. 12].

Ввиду благоприятных социокультурных условий, способствующих поднятию национального самосознания и приобщению нашей общественности к традиционным культурным ценностям, наблюдается увеличение количества коллективов этнокультурной направленности. Рост конкуренции в данной среде и в целом в музыкальном пространстве, стремление донести свое искусство до зрительской аудитории благотворно повлияли на открытость фольклорных коллективов к применению новых технологий и инструментов, таких как проектирование и менеджмент, для продвижения

своего музыкального продукта. Поскольку емкое определение термина *этнокультурный проект* отсутствует, мы предлагаем собственное, выведенное на основе имеющихся трактовок понятий *проект* и *этнокультура*. Под *этнокультурным проектом* мы понимаем комплекс мероприятий и действий, включающий художественный, организационный, инвестиционный и другие аспекты, необходимые для успешного воплощения творческого проекта, направленные на создание уникального продукта в сфере фольклорной культуры. Уточним, что мы относим к понятию *фольклор* сегодня и благодаря наличию каких черт, на наш взгляд, музыкальный материал может называться фольклорным/этническим. Ввиду широчайшего ассортимента музыкальных направлений и стилей современной фольклорной культуры, порожденных имманентными характеристиками культурного наследия, к которым Е. А. Каминская причисляет «проявление творческого начала народа, эталонность, традиционность, вариантность и импровизационность, способность к перекодировке» [3, с. 55], область применения понятия *этническая музыка* становится весьма широкой. К данной категории относятся непосредственно традиционный музыкальный фольклор и все виды его трансформации и актуализации – фольклоризм, постфольклор, неофольклор, этноджаз и т. д. Наиболее значимой или принципиально важной чертой этнокультурных проектов все же является использование образов, средств художественной выразительности, присущих фольклорному музыкальному творчеству и позволяющих идентифицировать музыкальный материал как традиционный с опорой на наиболее выразительные эмоционально-стилистические аспекты. Однако остальные художественные элементы в данного рода проектах весьма подвижны и представляют обширнейшее поле для трансформации и модернизации – от экспериментов со звучанием (использование новых или не свойственных фольклору музыкальных инструментов, синтезирование фольклора с современными музыкальными течениями, расширение гармонической сферы, поиск новых вокальных или инструментальных приемов и мн. др.) до неординарных сценических решений и постановок (артистические образы,

костюмы, режиссура, реквизит, декорации и т. д.). Нахождение креативных творческих подходов, чувствование и понимание современных актуальных тенденций в социокультурном пространстве, умение сочетать традицию с современностью, знание и предугадывание вкусов и потребностей целевой аудитории, компетентность исполнителей в народном искусстве, а главное – любовь к фольклору и как следствие бережное к нему отношение позволяют сформировать качественный уникальный продукт, конкурентоспособный как в этнической культуре, так и в музыкальной индустрии в целом.

Примером успешного и уникального этнокультурного проекта неофольклорного типа является основанный в 2005 г. Тиной Кузнецовой и Юрием Усачевым проект «Zventa Sventana». В первый состав коллектива помимо его основателей Кристины Кузнецовой (Тина Кузнецова), джазовой певицы, композитора и аранжировщика, и Юрия Усачева, композитора, диджея, продюсера и основателя группы «Гости из будущего», входила фольклорная певица Алена Романова. Концептуально художественный аспект выражен слиянием трех музыкальных пластов: фольклора, джаза и разнообразных стилей и направлений современной популярной музыки. Безусловной основой является фольклорный материал, т. е. подлинные традиционные, часто записанные лично участниками проекта в этнографических экспедициях композиции, которые исполняются в вокальной манере оригинала – первоисточника с использованием диалекта, вокальных особенностей и украшений, характерных черт многоголосья, свойственных конкретному региону России. При этом как вокальная партитура, так в основном и музыкальная аранжировка изобилуют гармониями и ритмическими рисунками джаза. Отметим и главную особенность творчества коллектива – постоянные эксперименты с разными музыкальными современными стилями, что весьма свойственно для актуальных тенденций в мире музыки и, конечно, способствует активному развитию проекта. Если первый альбом «Zventa Sventana» ближе всего по эстетике к стилям world music (или российский формат «этническая музыка») и фьюжн, то далее музыкальный материал наполняется электронным звучани-

ем и приобретает черты folktronica и inde-folk, примером чему служит альбом «На горе мак» (2021 г.). Однако неизменным в творчестве коллектива остается трансляция фольклора как живого и актуального музыкального направления, естественно и органично вписанного в современную стилистику. Фольклорный колорит подчеркивается и во внешнем облике артистов (заметим, что весьма фрагментарно, но оригинально и гармонично). Итак, отметим художественные особенности, способствующие эффективному продвижению «Zventa Sventana», наиболее значимыми из которых, по нашему мнению, являются: принципиально характерные черты этнокультурного проекта, профессиональная и высокохудожественная подача материала, уникальная музыкальная концепция, запоминающийся визуальный ряд, творческая активность и непрерывные эксперименты, соотносящиеся с мейнстримными тенденциями в музыкальном пространстве. Как отмечает Тина Кузнецова: «Я не ставлю жанровых границ в сочинительстве. Мы всегда в поисках максимально подходящей музыкальной выразительности для каждой песни»¹. Организационный аспект проекта отличается лаконичностью и содержит основные черты проекта self-made – не является продюсерским и не относится к какому-либо лейблу, т. е. функции управления и продюсирования выполняют его основатели, делегируя конкретные полномочия менеджерам и агентам (букинг, ивент, гастрольные туры и т. п.). К преимуществам данного типа проектов относятся свобода творчества и включенность участников во все циклы создания и реализации проекта.

Ввиду современного модного звучания слушательский контингент проекта помимо профессиональных музыкантов и ценителей «хорошей музыки» состоит из молодого поколения, поскольку внимание молодежи, наиболее активной и коммуникабельной целевой аудитории, привлекает к проекту именно модное современное звучание.

Рассмотрим основные механизмы и инструменты продвижения неофольклорного

¹ Тина Кузнецова: «Человек всегда ищет любовь и место в мире»: интервью // Нижегородская правда. URL: <https://pravda-nn.ru/interview/tina-kuznetsova-chelovek-vsegda-ishhet-lyubov-i-mesto-v-mire/> (дата обращения: 08.04.2023).

проекта «Zventa Sventana». Для продвижения и пиар-кампании коллектива характерна активная коммуникация со зрителями посредством интернет-сообществ и социальных сетей, где размещаются релизы песен, клипов, сниппеты, анонсы предстоящих событий, концертов, интервью и других мероприятий с участием группы. Регулярность и доступность информации, общение, посвящение как в творческую кухню проекта, так и в личное пространство образуют большую взаимосвязь между артистом и слушателем или, как отмечает Ю. В. Вайрах, «установление контакта “лицом к лицу”, вне зависимости от географии проживания слушателей – мировая тенденция музыкального бизнеса» [2, с. 263]. Для интернет-продвижения проекта используются все основные современные ресурсы, например, платформы Google, Яндекс, Mail, VK, YouTube, Telegram, стриминговые сервисы и т. д. Основными инструментами при этом являются контент-маркетинг, блог-маркетинг, SEO-продвижение, медийная, тизерная, видеореклама, таргетинговая, SMM-реклама и мн. др. Отметим и налаженную дистрибуцию треков и альбомов на рейтинговых платформах и музыкальных стриминговых сервисах России (например, VK Музыка, Яндекс Музыка, SoundCloud, Boom, YouTube, СберЗвук и др.). Так, клип на песню «Мужа дома нету» на сервисе YouTube посмотрело четыре миллиона зрителей, «Сухотушка» – один миллион зрителей. В действительности для проекта субкультурной направленности на территории РФ такое количество просмотров колоссально, если не сказать рекордно. Интернет-пространство, как пишет Е. В. Пурганова, «одно из ключевых видов продвижения и привлечения потенциальных клиентов, а также поддержания доброжелательных отношений» [7], но для данного коллектива оно является не единственной сферой творческой жизни. «Zventa Sventana» ведет активную концертную, гастрольную, ивент-, фестивальную практику, сочетая их с работой над новым музыкальным материалом. Не будем отрицать, что одним из ярких этапов продвижения стало участие Тины Кузнецовой во втором сезоне шоу «Голос» (2013 г.), в котором она вышла в финал и заняла второе место. Безусловно, подобные телевизионные проекты способствуют развитию карьеры, осо-

бенно готовых к этому артистов (с хорошим бэк-граундом, наличием «серьезного» творческого или собственного авторского материала, базы поклонников), имеющих далеко идущие цели в музыкальной индустрии. В первую очередь проект предоставляет телевизионные ротации (эфир Первого канала) и новые коммуникации в музыкальной среде.

Отметим роль телевидения в целом в качестве инструмента продвижения проекта, а именно – телевизионные ротации клипов, участие коллектива в различных передачах на центральных телеканалах, исполнение треков к сериалам (например, к сериалу «Чики») и другие медийные мероприятия. Даже в условиях интернетизации телевидение продолжает играть активную роль «в формировании информационного пространства современной России» [8, с. 112], а также остается желанным и одним из эффективнейших инструментов PR-кампании музыкального проекта.

С 2017 г. коллектив «Zventa Sventana» трансформирует свое музыкальное амплуа, что сказывается на аранжировках, в которых стало преобладать электронное звучание. Электронная музыка, весьма органично влившаяся в творчество группы, является одним из самых популярных направлений в современной музыкальной индустрии. По всей видимости, данный ход имеет и побочное стратегическое значение (помимо экспериментирования и увлечения новыми музыкальными красками) – расширение творческой аудитории. Согласно рейтингу популярных музыкальных стилей, по версии IFPI (Международная федерация производителей фонограмм), на электронную музыку в 2021 г. приходится 12 % слушательской аудитории². Соответственно мы можем констатировать, что участники проекта – профессионалы не только в искусстве, но и в продюсировании, поскольку точно чувствуют актуальные музыкальные тенденции и могут грамотно оперировать ими.

В рамках статьи уделим некоторое внимание и богатой событиями фестивально-конкурсной жизни коллектива. Так, в 2019 г.

²Рейтинг музыкальных стилей // Яндекс.Кью. URL: <https://yandex.ru/q/culture/7252389889/> (дата обращения: 06.04.2023).

«Zventa Sventana» становится «Музыкантом года» по версии MTV (клипы проекта находятся в постоянной ротации на этом телеканале). Среди наиболее значимых фестивалей, в которых музыканты приняли участие, отметим международный фестиваль «Усадьба Jazz» (2006), «Дикая мята» (2008, 2019), Skolkovo Jazz Science (2018), международный фестиваль «Zavtra» (2019), Sziget (Будапешт, Венгрия, 2019), VI Всемирная фольклориада (2021), форум «Российский север», Фестиваль музыки мира в Санкт-Петербурге (2022) и т. д.

Подводя итог краткому исследованию проекта «Zventa Sventana», еще раз подчеркнем его основную концепцию: трансляция фольклора как живого актуального музыкального направления, что неоднократно подтверждается творчеством коллектива и его популярностью у молодого поколения. Так, в качестве эффективных средств продвижения этнокультурного проекта мы выделим грамотное использование всего арсенала современных технологий и ресурсов, поиск и внедрение новых, постоянную коммуникацию со зрительской аудиторией, умение выстраивать связь и диалог внутри музыкальной индустрии, системное ведение блог-контента, слияние функций руководителя и продюсера в одной творческой единице. Безусловно, первостепенное значение в этнокультурном проектировании, как и в социокультурном пространстве в целом, имеет качество, уникальность и конкурентоспособность культурного продукта. И с этой точки зрения на успешность проекта «Zventa Sventana» повлияли уникальная музыкальная концепция, творческие эксперименты как в музыкальном, так и в имиджевом плане, профессиональная и неординарная подача материала, чувствование современных и актуальных тенденций в музыке и моде и грамотное управление ими. Признание и интерес слушателей к данному неофольклорному проекту подтверждают необычайный потенциал фольклора – открытость к дальнейшим экспериментам с его синтезированием и актуализацией.

1. Булавина, Д. М. Проектная деятельность в сфере культуры как механизм реализации культурной политики : автореф. ... канд. культурологии / Д. М. Булавина. – Москва, 2007. – 24 с.

2. Вайрах, Ю. В. Маркетинговое продвижение музыкального продукта (на примере исполнителя «Mores») / Ю. В. Вайрах, Е. С. Другова // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сборник научных трудов / Белорусский государственный экономический университет; Иркутский национальный исследовательский технический университет; Новое высшее учебное заведение; [под общей редакцией В. С. Голика]. – Минск : А. Н. Варакин, 2022. – С. 261–269. – URL: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/95155/1/Vayrakh_Yu.V._261_269.pdf (дата обращения: 03.04.2023).
3. Каминская, Е. А. Актуализация традиционного фольклора в современной социокультурной среде на основе его имманентных характеристик / Е. А. Каминская // Вестник славянских культур. – 2016. – № 1 (39). – С. 53–64.
4. Каюмова, А. Р. Технологии формирования социально-культурных программ / А. Р. Каюмова // Студенческий научный форум : VII Международная студенческая электронная научная конференция. – URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015011564> (дата обращения: 03.04.2023).
5. Крылова, А. В. Проектная деятельность в сфере искусства как тенденция / А. В. Крылова // Менеджмент и звукорежиссура музыкальных проектов: актуальные проблемы науки и практики : сборник научных статей / сост. А. В. Крылова; ред. А. Я. Селицкий. – Ростов-на-Дону : Ростовская государственная консерватория им. С. В. Рахманинова, 2012. – С. 7–15.
6. Марков, А. П. Основы социокультурного проектирования : учебное пособие / А. П. Марков, Г. М. Бирженюк. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 1997. – 262 с.
7. Пурганова, Е. В. Современные методы связей с общественностью в сети интернет / Е. В. Пурганова // Наука. Общество. Государство : электронный научный журнал. – 2019. – Т. 7, № 2 (26). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metody-svyazey-s-obschestvennostyu-v-sety-internet> (дата обращения: 08.04.2023).
8. Швец, Я. В. Влияние телевидения на информационное пространство современной России / Я. В. Швец // Вестник Поволжского института управления. – 2018. – Т. 18, № 2. – С. 112–118.

Angelina R. Zhivitsa

*Lector-researcher,
Competitor of Scientific Degree of
Candidate of Culturology (5.10.1),
Institute of modern art;*

*head of the vocal studio,
Cultural center “Avangard”,
Moscow, Russia*

“Zventa Sventana” Ethnocultural Project Management as a Socio-Cultural Technology for Preserving and Updating Folklore

Abstract. The article analyzes the management of the ethnocultural project “Zventa Sventana”. The author tries to find the most effective solutions in the field of musical ethnocultural design, the purpose of which is to update and popularize the folklore tradition, that is why the study and analysis of successful projects in this style is of paramount importance. The author considers design technologies in the socio-cultural environment and their advantages, and gives the definition of the concept of “ethnocultural project” and its characteristic features. Neo-folklore project “Zventa Sventana” is studied from the point of view of the musical concept, artistic and organizational aspects, including effective technologies for its promotion.

Keywords: Socio-cultural design, ethnocultural project, musical management, promotion ethnocultural project, socio-cultural design technologies

References

1. Bulavina D. M. 2007. Proektnaya deyatel'nost' v sfere kul'tury kak mekhanizm realizatsii kul'turnoy politiki [Project activities in the field of culture as a mechanism for the implementation of cultural policy]. Moscow. 24 p. (In Russ.).
2. Vairakh IU. V., Drugova E. S. 2022. Marketing promotion of a musical product (on the example of the performer “Mores”). *Menedzhment i marketing: opyt i problemy [Management and marketing: experience and problems]*. Under the general editorship of V. S. Golik. Minsk: A. N. Varaksin. P. 261–269. Available from: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/95155/1/Vayrakh_Yu.V._261_269.pdf (accessed: 03.04.2023). (In Russ.).
3. Kaminskaia E. A. 2016. Actualization of traditional folklore in the modern socio-cultural environment based on its immanent characteristics. *Vestnik slavianskikh kul'tur [Bulletin of Slavic Cultures]*. No 1 (39): 53–64. (In Russ.).
4. Kaiumova A. R. 2015. Technologies for the formation of socio-cultural programs. *Studencheskiy nauchnyy forum [Student Scientific Forum]*. Available from: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015011564> (accessed: 03.04.2023). (In Russ.).
5. Krylova A. V. 2012. Project activity in the field of art as a trend. *Menedzhment i zvukorezhissura muzykal'nykh proektov: aktual'nye problemy nauki i praktiki [Management and sound engineering of musical projects: actual problems of science and practice]*. Comp. by A. V. Krylova. Rostov-na-Donu: Rostovskaya gosudarstvennaya konservatoriya im. S. V. Rakhmaninova. P. 7–15. (In Russ.).
6. Markov A. P., Birzheniuk G. M. 1997. Osnovy sotsiokul'turnogo proektirovaniya [Fundamentals of socio-cultural design]. St. Petersburg: Sankt-Peterburgskiy gumanitarnyy universitet profsoyuzov. 262 p. (In Russ.).
7. Purganova E. V. 2019. Modern methods of public relations on the Internet. *Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo [The science. Society. State]*. Vol. 7, No 2 (26). Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-metody-svyazey-s-obschestvennostyu-v-sety-internet> (accessed: 08.04.2023). (In Russ.).
8. Shvets Ya. V. 2018. The influence of television on the information space of modern Russia. *Bulletin of the Volga region Institute of Administration*. Vol. 18, No 2: 112–118. (In Russ.).