

Лекційні та практичні завдання з дисципліни

«Фестивальна діяльність»

для студентів 4 курсу денної форми навчання (гр. БКД-11-6)
спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Викладач – к.і.н., доц. Зеленська Л.М.

Лекція 3. Організація і проведення фестивалів

Фестиваль – це культурно-мистецький проект, разом з цим, часто, – форма бізнес-діяльності. Організація і проведення будь-якого фестивалю залежить від багатьох *факторів*, тематики, місця проведення, статусу тощо. Відповідно, має особливості, а також і загальні риси.

Схема організації фестивалю:

- ідея,
- концепція,
- організаційна та інформаційна підтримка,
- фінансування,
- реалізація ідеї.

Концепція заходу – основна ідея, короткий виклад сюжетної лінії. На основі концепції розробляється сценарій заходу.

Концепція Фестивалю – певний спосіб розуміння, трактовки фестивалю, основна точка зору, головна ідея для її висвітлення; провідний задум, конструктивний принцип цього виду діяльності.

Сценарій – детальна літературно-текстова і організаційна розробка змісту і ходу будь-якого заходу.

У сценарії:

- послідовно викладаються художні та реальні елементи дії,
- вказані способи переходу від однієї частини до іншої,
- наводиться орієнтовний напрямок усіх імпровізаційних виступів та інші акцій;

- вводяться художні твори які будуть виконані, чи уривки з них;
- у ньому передбачаються засоби активізації учасників,
- планується оформлення та спеціальне обладнання приміщення.

1. Порядок підготовки фестивалю

Розробляються ***установчі документи***, що визначають:

- тематику, мету, завдання фестивалю;
- його організаційні засади (періодичність, організатори, співорганізатори) та етапність;
- вимоги до учасників та умови участі; джерела фінансування;
- інвестування та спонсорство.

Також оформляються юридичні документи та (в разі потреби) авторські права, незалежний аудит.

Організатори фестивалю формують та затверджують Оргкомітет Фестивалю.

Для його роботи, організатори створюють ***необхідні умови***:

- Приміщення для проведення поточної роботи та засідань оргкомітету
- Офісне обладнання та інвентар
- Телефони та доступ до Інтернету
- Витратні матеріали.

Додатково оргкомітетом розробляються та затверджуються у організатора фестивалю такі ***документи***:

- склад оргкомітету фестивалю
- склад журі
- умови конкурсів фестивалю (окремо для кожного конкурсу)
- програма фестивалю
- положення про символіка та емблему
- правила визначення переможців конкурсів фестивалю
- вимоги до оформлення і подачі заявок і робіт (матеріалів)

- заявка на участь
- протокол визначення переможців конкурсів фестивалю
- зразки дипломів та відзнак переможців
- зразок свідоцтва учасника фестивалю
- угоди, контракти, протоколи та ін. документи, необхідні для роботи фестивалю.

Організаційна структура фестивалю:

- Президент, оргкомітет;
- продюсер;
- дирекція;
- прес-центр;
- фестивальні служби (звуко- та світлотехнічні, сцена, транспортні, охорона).

Організаційний комітет (від лат. *committo*) – колегіальний орган утворений засновниками фестивалю для проведення фестивалю. *Оргкомітет* або *Дирекція Фестивалю* – підприємство, установа або організація, що управляє заходом.

Продюсер (Виконавчий продюсер) – людина, яка керує підготовкою і проведенням заходу: концепція, креатив, фінансове планування, проект та адміністрування заходу, звіт. В.п. працює із замовником, несе повну відповідальність за підготовку і проведення заходу.

Менеджер проекту – спеціаліст, який веде конкретний проект і відповідає за виконання усіх деталей. Працює з підрядчиками, координує зустрічі, встановлює етапи і контролює реалізацію проекту.

Музичний директор – спеціаліст, який займається звуковим оформленням заходу, підбирає музику, може створювати нову музику, перезаписувати і переробляти вже існуючі мелодії і пісні. Співпрацює з шоу-директором та звукорежисером.

Журі (від лат. - присягаю) – група спеціалістів, призначених або обраних для присудження нагород на конкурсах фестивалю (виставках, змаганнях т.д.).

Після затвердження умов конкурсів фестивалю та їх публічного оголошення, оргкомітет приймає *заявки* від претендентів на участь у конкурсах, перевіряє достовірність та компетентність поданих на конкурс матеріалів та документів.

Заявка на участь у фестивалі – пакет необхідних документів, які подає претендент для участі у Фестивалі. Перелік документів, що включаються в заявку, затверджується оргкомітетом.

Претендент – фізична особа, яка подала заявку на участь у фестивалі.

Представник претендента – уповноважена фізична або юридична особа, що діє в інтересах претендента.

2. Конкурсні етапи фестивалю.

Конкурси фестивалю проходять у три етапи:

1 етап фестивального конкурсу (відбірковий, дистанційний, заочний) – відбуваються відбіркові прослуховування аудіо- та відеоматеріалів або перший перегляд робіт (матеріалів) журі без участі учасників фестивалю.

2 етап фестивального конкурсу (основний) – включає відбіркові прослуховування або перегляд робіт (матеріалів) журі із числа учасників фестивалю, що пройшли перший етап.

3 етап фестивального конкурсу (фінальний) – останній відбірковий етап фестивалю. Включає відбіркові прослуховування або перегляд робіт (матеріалів) журі із числа учасників фестивалю, що пройшли другий етап.

Третій етап може проходити у вигляді відкритого показового конкурсу гала-концерту, шоу-програми з учасниками фестивалю та присутності глядачів й ЗМІ.

3. Нагородження переможців фестивалю

Нагородження проводиться на підставі протоколу журі фестивалю про визначення переможців конкурсу, згідно умов конкурсу фестивалю. Кожний

учасник фестивалю отримує свідоцтво від організатора фестивалю про участь.

Нагороди – призи, що вручаються переможцям і призерам конкурсів, турнірів, змагань та ін. фестивальних заходів, що проходять в рамках фестивалю.

4. Технічне забезпечення фестивалю.

Важливе місце мають засади управління персоналом у фестивальному бізнесі та *технічне забезпечення фестивалю*:

- звуко- та світлотехнічні служби,
- сцена (сам подіум та працівники сцени),
- реквізит,
- транспорт,
- охорона.

Оргкомітет фестивалю оголошує конкурс пропозицій щодо

- забезпечення фестивалю високоякісними технічними послугами (сценічним, звуковим та світловим обладнанням, інвентарем, піротехнікою, автотранспортом тощо),
- обирає технічних партнерів та запрошує їх до співпраці.

Партнери – організації усіх форм власності, що надають організаційну, матеріальну, технічну або інформаційну підтримку фестивалю, а також необхідне устаткування, аксесуари або послуги. Це фірми, що спеціалізуються на флористиці, забезпечують харчування, охорону та ін.

Важливою складовою успішного проведення фестивалю є організація та робота з підрядниками. *Підрядник* – підприємство, яке на основі договору купівлі-продажу чи підряду з організатором, розпорядником або учасником заходу постачає необхідні товари, виконує роботи чи надає послуги, пов'язані з його організацією та проведенням.

5. Формування бюджету фестивалю.

Для фінансування фестивалю організатором залучаються кошти із різних джерел не заборонених чинним законодавством:

- кошти організаторів
- кошти державних установ
- кошти спонсорів і меценатів
- кошти благодійних фондів
- за рахунок міжнародних грантів від організацій-донорів
- за рахунок внесків учасників фестивалю.

Порядок формування загального бюджету фестивалю та фінансування фестивалю, згідно затвердженого кошторису витрат, визначається організатором фестивалю за погодження зі співорганізаторами фестивалю.

Державні, приватні підприємства й організації, фізичні особи, які зробили грошові внески в організацію фестивалю, *забезпечуються рекламою* (на радіо, ТБ, ЗМІ). Їх торговельні знаки та емблеми використовуються при художньому оформленні сцени, заходів, що проводяться в межах фестивалю (прес-конференції, виставки, майстер-класи) тощо, згідно з чинним законодавством.

Спонсор Фестивалю – підприємство, яке в обмін на рекламні послуги надає організаторові (розпорядникові) Фестивалю кошти на покриття витрат з його організації та проведення (у вигляді грошових коштів, товарів чи послуг).

Перелік спонсорських можливостей – набір інструментів, за допомогою яких спонсор може отримати ринкову перевагу, поширюючи інформацію про себе в рамках заходу – (преса, друковані та електронні ЗМІ, поштова реклама, зовнішня реклама, реклама на транспорті, реклама в місцях продажу, реклама під час проведення масових заходів, акцій, міжособистісне спілкування тощо).

6. Інформаційна підтримка фестивалю

здійснюється через рекламу, ЗМІ, Інтернет-ресурси.

Важливо:

- правильно організувати роботу прес-центру;
- підготувати та видрукувати буклети, програми, ін. матеріали (на сом CD);
- створити та оперативно оновлювати інформацію на сайті фестивалю;
- разом з оргкомітетом організувати проведення інтерв'ю з учасниками і членами журі, автограф-сесії та ін.

Інформаційні партнери – ЗМІ, що висвітлюють роботу фестивалю на всіх етапах його проведення.

Мультимедіа – одночасне використання різних форм подання інформації та її обробки в єдиному об'єкті-контейнері. Наприклад, в одному об'єкті-контейнері може міститися текстова, графічна, аудіо- та відеоінформація, а також, можливо, спосіб інтерактивної взаємодії з нею.

7. Супутні або івент-заходи на фестивалі.

Супутні або івент-заходи на фестивалі мають важливе значення, роблять його більш цікавим, привабливим, інформаційно та емоційно насиченим.

Це: семінари, круглі столи, форуми, презентації, майстер-класи, автограф-сесії, зустрічі з видатними діячами галузі (членами журі), концерти, виставки, аукціони, вечірки, дефіле, проекти в No.Re.Ca.Di., фуршети, бенкети тощо.

Охарактеризуємо деякі з них:

Презентація – фестивальний захід, що надає можливість демонстрації інновації для цільової аудиторії.

Виставка робіт – фестивальний захід, ключовим завданням якого є демонстрація робіт учасників конкурсів.

Майстер-клас – фестивальний захід, що надає учасникам та відвідувачам фестивалю можливість познайомитися з унікальними методиками професійного виконавця, володаря мистецьких навиків.

Форум, семінар, круглий стіл – захід, що надає учасникам та відвідувачам фестивалю можливість познайомитися з різними аспектами цифрових технологій, їх застосування в робочих, освітніх, розважальних завданнях, комерційній діяльності і що створює майданчик для обговорення різних питань, пов'язаних з темою заходу.

Правове регулювання роботи фестивалю

Специфіка та особливості правового забезпечення роботи фестивалю полягає в організації його діяльності як бізнес-проекту та суб'єкта підприємницької діяльності. Актуальним є патентування та ліцензування фестивалю. Договірні угоди зі спонсорами, інвесторами, ЗМІ (телебаченням, пресою тощо). Укладання договорів з персоналом фестивалю.

Ліцензійний авторський договір – різновид авторського договору на право видання твору в перекладі іншою мовою. Укладається з власником авторського права на оригінальний твір.

Завдання для самостійної роботи

1. Охарактеризувати базові закони, що визначають правові відносини у фестивальному бізнесі. Охарактеризуйте специфіку застосування норм авторського права у фестивальному бізнесі.
2. Визначити основні етапи підготовки та проведення рекламної кампанії фестивалю. Охарактеризувати її специфіку.
3. Обґрунтувати доцільність проведення івент-заходів в межах фестивалю. Визначити їх вплив на підвищення інтересу та популяризації фестивального проекту (письмово).

Практичне заняття

Управління персоналом у фестивальному бізнесі

Мета – набуття практичних навичок визначення функціональних обов’язків фестивальних служб та методів ефективного управління персоналом.

Тип і тематику фестивалю студенти обирають самостійно.

Завдання:

1. Визначити організаційну структуру фестивалю (президент, оргкомітет; продюсер; дирекція; прес-центр) та основні фестивальні служби, задіяні в проекті.

2. Визначити та охарактеризувати функціональні обов’язки кожного з членів команди.

3. Сформулювати пріоритетні завдання в ході підготовки та реалізації фестивального проекту, їх етапність.

4. Визначити ефективні методи керівництва фестивальними службами та персоналом.

5. Результати роботи оформити письмово, заповнити таблицю:

Член команди	Функціональні обов’язки та завдання	Методи керівництва, важелі впливу та стимулювання персоналу

Практичне заняття

Супутні та івент-заходи на фестивалі

Мета – ознайомлення зі специфікою організації та проведення супутніх та івент-заходів на фестивалі; набуття практичних навичок визначення інструментів (технологій) для їх реалізації.

Завдання:

1. Обрати тип і тематику івент-заходу в межах фестивального проекту.

2. Визначити його мету, цілі, завдання, цільову аудиторію.

3. Обґрунтувати основну ідею, образне вирішення.

4. Визначити, які інструменти (технології) доцільно використовувати для реалізації концепції івенту.

5. Визначити коло виконавців, учасників, партнерів, гостей, ЗМІ.

6. Охарактеризувати вплив івент-заходу на підвищення інтересу та популяризації фестивального проекту.

7. Завдання виконати письмово та подати на перевірку.

Література: 3–5, 8, 9, 12, 22, 24, 26, 27, 30–33, 36, 38, 39; 40.

Практичне заняття

Розробка рекламних матеріалів для просування фестивальних проектів

Мета – набуття практичних навичок і вмінь розробки прямого звернення як одного з ефективних методів реклами фестивального проекту.

Тип і тематику фестивалю студенти обирають за власним бажанням.

Завдання:

1. Визначити цілі й завдання (інформування; переконання; нагадування; підтримка; інтрига; провокація тощо), які мають реалізовуватися в рекламно-інформаційних матеріалах.

2. Обрати відповідну форму звернення та його стиль. Визначити чинники ефективності та аргументи. Обґрунтувати свій вибір.

3. Скласти текст рекламно-інформаційного звернення, відповідно до існуючих вимог.

4. Подати на перевірку.

Література: 1, 7, 15, 25, 36, 40