

БРЕНДУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ ЕСТРАДНОГО ВИКОНАВЦЯ

Роменський Юрій Миколайович

*старший викладач кафедри музичного мистецтва та звукорежисури
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Брендування особистості естрадного виконавця – це процес створення унікального образу та ідентичності, які покликані виділити артиста на тлі інших та забезпечити максимально тісний емоційний взаємозв'язок з аудиторією. Дослідження творчих здобутків та професійної діяльності окремих виконавців дозволило виокремити кілька ключових аспектів, на які слід звернути увагу при створенні ексклюзивного іміджу естрадного артиста-вокаліста. Цьому важливому компоненту у вихованні цілісного артиста часто приділяється недостатньо уваги керівника, тому артисти-початківці стикаються з об'єктивними складнощами кар'єрного просування у професійній діяльності.

Керівник / викладач покликаний допомогти здобувачеві визначити та розкрити його творчий потенціал, найвиразніші риси, підкреслити їх та вибудувувати індивідуальну схему творчого зростання сучасного виконавця протягом всього періоду навчання не тільки у вокально-технічному аспекті, але і з точки зору природньої інтеграції у візуальне та духовне сприйняття його публікою. Такий поступовий процес формування вихованця є для нього найбільш комфортний та корисний. Він веде до розуміння складних механізмів роботи сучасної музичної індустрії з її постійною трансформацією, новими вимогами та трендами. В результаті такої зваженої стратегії виховання, вже наприкінці навчання випускник буде оздоблений чітким планом подальшого розвитку своєї професійної діяльності.

Виходячи з багаторічних спостережень за окремими виконавцями, одними з найголовніших етапів створення індивідуального образу є:

1. Особистісний маркетинг. Історії, що стоять за лаштунками, цінності та переконання стають та залишаються невід'ємною частиною бренду виконавця. Це говорить про необхідність відвертості у творчості як однієї з компонент формули впізнаваності в аудиторії та спорідненості з нею.

2. Професійний імідж. Зовнішній вигляд, манера спілкування та поведінка на публіці. Професійні фото, відео та інший контент високої якості значно підвищують привабливість образу.

3. Співпраця з іншими виконавцями або брендами, які поділяють схожі цінності або мають доступ (потенційно) до цільової аудиторії артиста: може допомогти розширити присутність артиста та залучити нових шанувальників.

4. Автентичність. Необхідність бути правдивими/справжніми у професійній діяльності, спілкуванні з аудиторією. Автентичність створює довіру та зв'язок з аудиторією, що є критично важливим для довгострокового успіху.

5. Сценічна присутність. Розробка унікального сценічного образу та шоу, яке відповідає музичним смакам виконавця та його бренду, що значно підсилить артистичну привабливість.

6. Унікальний стиль. Робота над органікою власного музичного і візуального стилю, який розкриватиме особистість і водночас буде привабливим для цільової аудиторії виконавця.

7. Визначення цільової аудиторії. Зрозуміти, кому буде цікавий творчий проект, яким буде адаптування образу і музики до неї.

8. Використання соціальних медіа. Соціальні мережі – потужний інструмент для вибудови та просування бренду особистості. Активне використання соціальних платформ як інструмент залучення аудиторії.

Брендування – це безперервний процес, що вимагає часу, зусиль з консистентності. Виконавцям важливо бути гнучкими та адаптуватися, бути готовими до стрімкої еволюції сучасної музичної індустрії.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-388-3-56>

ДО ПИТАННЯ ПРО ПРЕМ'ЄРНУ ПОСТАНОВКУ РОК-ОПЕРИ «ІСУС ХРИСТОС – СУПЕРЗІРКА» В ОДЕСІ

Рудий Денис Юрійович

*аспірант кафедри мистецтвознавства
та загальногуманітарних дисциплін
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Рок-опера «Ісус Христос – Суперзірка» залишається значущим культурним і музичним явищем ХХ–ХХІ століть, втілюючи в собі новаторський підхід у розвитку сучасного музичного театру. Автори твору Е. Л. Веббер і Тім Райс, інтерпретувачи євангельську оповідь про останні дні Ісуса Христа, поєднали біблійні сюжети із сучасним