

УДК 782:792.54:792.09(450)(045)  
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/80-2-8>

**Олена ПОНОМАРЕНКО,**  
*orcid.org/0000-0002-3726-489X*  
кандидат мистецтвознавства, доцент,  
доцент кафедри історії світової музики  
Національної музичної академії України імені П.І. Чайковського  
(Київ, Україна) [ponomarenkoolena1970@gmail.com](mailto:ponomarenkoolena1970@gmail.com)

## ПОДІЇ ОПЕРНОГО ЖИТТЯ СУЧАСНОЇ ІТАЛІЇ

Здійснено аналіз сучасних методів втілення оперних подій в музичному житті Італії. Актуальність теми зумовлена необхідністю визначити шляхи розвитку і подальшого осмислення нових управлінських і маркетингових підходів, які впливають на розвиток комунікації між оперним театром, містом і публікою, а також потребою перейняти їхній досвід, важливий для оперного життя загалом і в Україні зокрема. Розглянуто специфіку різноманітних оперних подій Театру Сан Карло (Teatro San Carlo) в соціокультурному просторі Неаполя, їхня мета – привернути увагу потенційного глядача, зацікавити його подіями в оперному театрі. Підкреслено, що продукція театру – вистава – є послугою, споживати яку можна лише у процесі її виробництва. Виявлено роль сучасного оперного театру: по-перше, як ініціатора художньої комунікації; по-друге, як керівника складної системи соціальної комунікації. З'ясовано, що в сучасному соціумі це пов'язано з різними формами і видами втілення проєктів оперного театру та іншими соціокультурними інститутами міста – музеями, консерваторією, музичним фестивалем тощо. Наголошено на проєктах, які знайомлять глядача з різними аспектами діяльності оперного театру – від організації до кульмінації заходу, який пов'язує саме з подією в музичному житті Італії. Охарактеризовано проєкти Музею пам'яті й музики МеМус (MeMus), виставки «Prêt à parterre: мода в Сан-Карло» («Prêt à Parterre: di Moda in Modi al San Carlo»), оперного фестивалю просто неба «Regione Lirica» («Оперний регіон»). Відзначено, що основна мета проєктів – зацікавити публіку, для якої відвідування театру в різні епохи є своєрідним ритуалом, який впливає на моду і смаки суспільства, відображаючи культурні та історичні трансформації часу. Виявлено, що оперні події в музичному житті Італії мають свої константи: агенс, час, місце створення, сценарій. Одні події спричиняють інші, характеризуються миттєвим входженням у музичне життя, мають властивість впливати на свідомість людини, коли вона довго відчуває і пам'ятає емоції, викликані ними. Зазначено, що основна мета і провідний імідж оперних подій – зацікавити публіку, сформувати театральну аудиторію, залучити глядача, створити оперу, доступну для кожного, а також продемонструвати світу історичні й мистецькі пам'ятки італійських міст, зберегти для наступних поколінь італійські музичні проєкти як національний оперний бренд.

**Ключові слова:** подія, оперний театр, оперний фестиваль, оперне мистецтво, музичне життя сучасної Італії, композиторська творчість, засоби музичної виражальності, соціокультурний інститут, менеджмент музичного мистецтва, маркетинг.

**Olena PONOMARENKO,**  
*orcid.org/0000-0002-3726-489X*  
Candidate of Art Criticism, Associate Professor,  
Associate Professor at the Department of World Music History  
Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music  
(Kyiv, Ukraine) [ponomarenkoolena1970@gmail.com](mailto:ponomarenkoolena1970@gmail.com)

## EVENTS IN THE OPERATIC LIFE OF MODERN ITALY

An analysis of modern methods of implementation of opera events in the musical life of Italy was carried out. The relevance of the topic is due to the need to determine the ways of development and further understanding of new management and marketing approaches that affect the development of communication between the opera house, the city and the public, as well as the need to adopt their experience, which is important for opera life in general and in Ukraine in particular. The specifics of various opera events of the Teatro San Carlo in the socio-cultural space of Naples are considered, their purpose is to attract the attention of the potential audience, to interest them in the events in the opera house. It is emphasized that the production of the theater – the performance – is a service that can be consumed only in the process of its production. The role of the modern opera house has been revealed: firstly, as an initiator of artistic communication; secondly, as the head of a complex social communication system. It has been found that in modern society this is connected with various forms and types of implementation of projects of the opera house and other socio-cultural institutions of the city – museums, conservatory, music festival, etc. Emphasis is placed on projects that acquaint the viewer with various aspects of the opera house – from the organization to the culmination of the event, which is

associated precisely with an event in the musical life of Italy. The projects of the Museum of Memory and Music MeMus, the exhibition «Prêt à Parterre: di Moda in Modi al San Carlo», the open-air opera festival «Regione Lirica». It is noted that the main goal of the projects is to interest the public, for whom visiting the theater in different eras is a kind of ritual that affects the fashion and tastes of society, reflecting the cultural and historical transformations of time. It was revealed that opera events in the musical life of Italy have their own constants: time, place of creation, scenario. Some events cause others, are characterized by an instant entry into musical life, have the property of influencing a person's consciousness when he feels and remembers the emotions caused by them for a long time. It is noted that the main goal and leading image of opera events is to interest the public, form a theater audience, attract the audience, create an opera accessible to everyone, as well as demonstrate to the world the historical and artistic sights of Italian cities, preserve Italian musical projects as a national heritage for future generations opera brand.

**Key words:** event, opera house, opera festival, operatic art, musical life of modern Italy, composer's work, means of musical expression, sociocultural institute, management of musical art, marketing.

**Актуальність теми дослідження.** Сучасна оперна сцена в Італії є ареною постійного експериментування, втілення нових ідей, різних форм музично-театральних рішень і культурно-мистецьких проєктів. Внаслідок цього зросло зацікавлення публіки оперним мистецтвом, підтверджуючи, що сучасний оперний театр – яскраве явище в музичному житті Італії. Тому аналіз сучасних методів функціонування оперних проєктів в італійському оперному житті є актуальним, він дає змогу визначити шляхи розвитку і подальшого осмислення нових управлінських і маркетингових підходів, які впливають на розвиток комунікації між оперним театром, містом і публікою, а також переймати цей досвід, важливий для музичного життя загалом і в Україні зокрема.

**Аналіз досліджень і публікацій.** В українському музикознавстві дослідники досі не звертали уваги на те, що поняття «подія», поширене у працях зарубіжних філософів – Мартіна Гайдеггера (Martin Heidegger) і Романа Інгардена (Roman Ingarden), має сприяти більш глибокому розумінню сучасних процесів в оперному житті взагалі та Італії зокрема. Це стосується не тільки постановки вистав, а й різножанрових заходів, пов'язаних з оперою й орієнтованих на публіку. Основна їх мета – зацікавити оперою не тільки елітарну аудиторію, а й широке коло шанувальників оперного мистецтва.

Термін «подія» пов'язують з ім'ям німецького філософа ХХ століття М. Гайдеггера, який одним із перших здійснив спробу описати й осмислити цю категорію у праці «Закон тотожності». Дослідник визначає, що подія – це лише те, що ми часом називаємо «випадок» або «пригода». Тут воно використовується тільки в однині. Те, що ним позначається, має місце як одиничне, не одноразове, а єдине [унікальне – О. П.].

У доповіді «Буття і час» М. Гайдеггер вживає поняття *das Ereignis* – «подія» і трактує його як присвоєння (від слова *ereignen* – годитися, підходить), а *ereignen* – присвоювати. Дослідники цього поняття в гайдеггеріанській філософії наголошують на тому, що в сучасній німецькій мові дієс-

лова з коренем *erignen* мають значення різних дій з власністю, наприклад *übertragen* – передавати, переводити щось у власність. М. Гайдеггер переосмислює «присвоєння» (відповідно до *eigen* – свій, особистий, особливий) як «висвоєння, уособлення, відокремлення». Таким чином, поняття *Das Ereignis* – «подія», як його вживав М. Гайдеггер, дає можливість усьому бути самим собою, йти до себе, вишукуючи, освоюючи, відокремлюючи передусім особливе й унікальне: «Подія є внутрішньо мерехтлива область, в якій стикаються людина і буття у своїй сутності і досягають своєї сутнісної природи» (Гайдеггер, 1927: 68).

Польський філософ Роман Інгарден у праці «Спір про існування світу» зазначає, що події характеризуються тим, які не мають жодної тривалості. Вони є результативними завершеннями процесів або їх початками, іноді їх перетином. Процес ніби приводить до події, а вона, завершуючи процес, постає по відношенню до нього вже чимось новим: «Загалом, не може бути подій, які б відбувались без будь-якої процесуальної підготовки і які б не мали жодних, хоча б нетривалих і малозначних наслідків (у вигляді деякого тривалого стану, емоції чи якогось нового процесу, чи навіть безлічі процесів)» (Ingarden, 1981: 123).

Українські дослідники, звертаючись до праць М. Гайдеггера і Р. Інгардена, визначають, що категорія «подія» має такі характеристики: 1) віднесеність до життєвого простору; 2) належність до магістральної лінії життя; 3) динамічність та кульмінативність; 4) сценарність; 5) цілісність; 6) одиничність; 7) переважне включення в інтерпретуючий контекст; 8) кульмінаційна позиція у просторово-часовому поєднанні з іншими подієвими об'єктами, які є субстратом події [загальна матеріальна основа проєкту, пов'язана з менеджментом і маркетингом в організації оперних подій – О. П.].

Проблема функціонування оперного мистецтва в сучасному соціокультурному просторі привертає увагу й українських дослідників. Так, специфіку сучасної опери розглядає Л. Кияновська у статті «Опера як ринок: вистава як маркетинговий хід» (Кияновська, 2010). Ю. Чекан досліджує опер-

ний театр в контексті розвитку новоєвропейської музичної культури крізь призму музичної інфраструктури (монографія «Світ, котрий насправді є... Оперний театр в інфраструктурі музичного життя») (Чекан, 2024).

Італійському оперному театру і сучасним оперним фестивалям присвячена монографія М. Р. Черкашиної-Губаренко «Оперний театр у мінливому часопросторі», у якій оперний театр розглянуто в тісному зв'язку з міським культурним середовищем, наголошено, що оперний театр завжди посідав особливе місце в італійських містах, був їхнім художнім, духовним, моральним, навіть топографічним центром. Тому незаперечним є творчий внесок оперних проєктів у розвиток італійських міст, а також значна роль влади, її зацікавленість у таких заходах, адже вони популяризують історію міста, його пам'ятки: «Туристичний аспект тісно пов'язаний з художнім буквально у всіх без винятку фестивалях. При цьому враховуються зацікавлення місцевих жителів і влади у різноманітній тематиці, завдяки якій пізнаються історія краю та його пам'ятки».

Оперні фестивалі стали неодмінним атрибутом літнього туристичного сезону в Європі. Вони відбуваються у великих музичних центрах і в маленьких курортних містечках, у стаціонарних приміщеннях і в оточенні мальовничої природи та старовинної архітектури, яка часто виконує роль природних декорацій» (Черкашина-Губаренко, 2015: 24).

Розглядаючи оперне життя сучасної Італії, важливо проаналізувати не тільки його музичну складову, а й специфіку менеджерської і маркетингової стратегій. Питання, що стосуються втілення цих проєктів, розкрито в спеціальних дослідженнях з маркетингу культури, у яких автори поєднують теоретичні і практичні знання, спираючись переважно на власний досвід організації оперних подій. Серед них зазначимо працю італійських дослідників Чечілії Балестри (Cecilia Balestra) і Альфонсо Малагуті (Alfonso Malaguti) «Організація музики. Законодавство, виробництво, розповсюдження, управління в італійській системі» («Organizzare musica. Legislazione, produzione, distribuzione, gestione nel sistema italiano»). Вони зазначають, що організація оперних проєктів – це скоординоване управління всіх, хто бере участь в організаційному процесі, щоб зацікавити публіку і залишити незабутні враження (Balestra, Malaguti, 2006).

Дж. Х. Гілмор (James H. Gilmore) і Дж. Б. Пайн (Joseph B. Pine) у праці «Економіка вражень. Робота – це театр, а кожен бізнес – сцена» розглядають процес зародження «економіки вражень», орієнтованої на відчуття споживачів. В умовах високої конкуренції на ринку, перенасиченому

товарами і послугами, бренди, щоб виділитись серед конкурентів, мають надавати споживачеві досвід, який запам'ятовується, створюючи цим тісний емоційний зв'язок між покупцями і продуктом [публікою та оперним проєктом – О. П.] (Gilmore, Pine, 1999).

**Мета статті** – виявити специфіку втілення оперних подій Театру Сан Карло (Teatro San Carlo) в соціокультурному просторі Неаполя, їх зв'язок з містом і публікою, розглянути форми і види креативних проєктів, які привертають увагу потенційного глядача, зацікавлюють його.

**Виклад основного матеріалу.** Надзвичайно показовою для музичного життя в сучасній Італії є креативні оперні проєкти, які стають унікальними подіями. Ця тенденція набуває особливої динаміки. У музикознавстві набули поширення різні інтерпретації феномена «музичне життя». Ми спираємося на думку вчених, які розглядають його як процесуально-динамічне явище. Його розвиток в сучасному соціокультурному просторі Італії характеризується високим професійним рівнем, а музичні події відомі у світовому музичному соціумі як італійський культурний бренд. Калейдоскоп цих подій формує картину музичного життя, в якому визначальну роль відіграє менеджмент, який ґрунтується на синергії і співпраці між усіма суб'єктами управління й розвитку цього процесу.

У зв'язку з цим постає необхідність уточнити сутність двох явищ – «музичне життя» і «музична культура», які репрезентують музичну дійсність. Зміст музичного життя сприймається й оцінюється невіддільно від музичної культури і завдяки їй. Як зазначають дослідники, на певному етапі складно розрізнити музичне життя і музичну культуру. Діалектика взаємозв'язку і взаємозалежності цих двох елементів музичної дійсності виявляється в тому, що характеристика одного елемента спочатку містить в собі характеристику іншого і навпаки. Сприйняття й аналіз музичного життя неможливі поза музичною культурою, яка стає його органічною складовою.

У музичному житті сучасної Італії оперні проєкти – це події, сповнені унікальної атмосфери колективного свята, публіка надовго запам'ятовує їх. У них видозмінені традиційні контакти сцени і залу, відносини театру і суміжних виконавських мистецтв, налагоджений діалог з публікою. Організація видовищ вимагає витрат, які відшкодовують в необхідному обсязі держава, меценати чи глядачі. Продукція театру – вистава – є послугою, споживати яку можна лише у процесі її виробництва. Зважаючи на це, зазначимо, що сучасний оперний театр – це не тільки ініціатор художньої комунікації, а й керівник складної системи соціальної комунікації, яку здійснює спільно з іншими



соціокультурними інститутами міста – музеями, консерваторією, музичним фестивалем тощо.

Серед проєктів, які знайомлять глядача з різними аспектами діяльності оперного театру – від організації до кульмінації заходу, і які стали подією в музичному житті Неаполя – Музей пам'яті й музики MeMus (MeMus – Memoria e Musica). Музей розпочав свою роботу 1 жовтня 2011 року. «MeMus» – це не тільки музей та історичний архів Театру Сан Карло, а сучасний багатфункціональний культурний центр, проєкти якого присвячені історії італійської опери загалом і неаполітанської зокрема. Він розташований у приміщеннях Королівського палацу і оснащений найсучаснішими технологіями, має велику виставкову площу – 300 квадратних метрів, віртуальну 3D-галерею, зал для заходів не менш як на 50 місць. На виставках експонуються фотографії, програми вистав, костюми, історичні документи, листи, які, зокрема й завдяки аудіоархіву музики та зображенням на відео, посилюють враження. Серед експонатів є музичні інструменти.

На стендах з текстом про історію театру використано шрифт Брайля (фр. Braille), а також мультимедійні матеріали із сурдоперекладом. Тому музей можуть відвідувати всі охочі, до того ж, багато матеріалів розраховано на дитячу аудиторію.

18 грудня 2021 року в музеї MeMus відбулась виставка «Prêt à parterre: мода в Сан-Карло» («Prêt à Parterre: di Moda in Modi al San Carlo») – ще одна яскрава подія театру. Вона присвячена глядачам, для яких відвідування театру в різні епохи становить своєрідний ритуал, який впливає на моду і смаки суспільства, відображаючи культурні й історичні трансформації часу. Назва проєкту (Prêt à parterre / Prêt à porter<sup>1</sup>) містить метонімію<sup>2</sup> – перенесення назви одного предмета на інший. Тут домінує слово «партер» – нижній поверх глядацького залу в театрі, він вміщує багато публіки, яка є головною в цьому проєкті. Щодо Венеційського оперного театру, Ю. Чекан зазначає, що спочатку основна ідея італійського оперного театру була загальнодоступною: «Тут в одному просторі, хоча й на різних його щаблях, водночас знаходились і в той чи інший спосіб взаємодіяли між собою представники різних соціальних груп, репрезентанти

<sup>1</sup> Прет-а-порте (фр. prêt-à-porter, буквально «готове до носіння») – моделі готового одягу, які визначні модельєри запроваджують в масове виробництво. На відміну від кутюр, одяг прет-а-порте більш доступний за ціною і представлений в широкому асортименті стилів і розмірів.

<sup>2</sup> Метонімія – різновид метафори. Грецьке слово «метонімія» означає перейменування, тобто перенесення назви одного предмета на інший завдяки суміжності двох предметів, понять тощо.

різних культурних прошарків і традицій: від придворної аристократії до міщан, від багатих чиновників до не дуже заможних подорожників, повій та гондольєрів (які у Венеції мали право безкоштовного відвідування театрів). Такий соціально-становий коктейль і, відповідно, зіткнення різних габітусів, поведінкових патернів, відсутність обов'язкових та загальноновизнаних правил етикету зумовлювали значно вільніші манери. Представники “простої публіки”, що знаходились у партері, “безперестанно входили, виходили, скалозубили, через весь зал, а між гондольєрами нерідко виникали сварки”» (Чекан, 2024: 189).

Навпаки, Театр Сан Карло від самого початку (від 4 листопада 1737 року) пов'язаний з королем і його оточенням. Це зумовило найголовніші нововведення в італійській культурі того часу. Карл III Бурбонський (1716–1788) (Carlo III di Borbone), король двох Сіцилій, прагнув створити новий театр, який, по-перше, став би символом монархії Бурбонів. Не випадково для цього було обрано день Святого Карло, день іменин короля, який і дав назву театру – «неперевершений». По-друге, його розкішна й вишукана будівля мала підкреслювати європейську ідентичність з містом, яке претендувало на статус театральної столиці: «<...> у якому видовище й театр в його різних жанрах були характерними персонажами цього міста» (Croce, 1992: 186).

Варто відзначити, що спочатку цей театр був культурним центром, в якому збирались представники неаполітанської знаті. Тогочасна преса свідчить, що неаполітанці були в захопленні, відвідавши новий театр, «який, завдяки своїй вишуканості, досконалій архітектурі і симетрії, не має іншого в Італії, та і в Європі, який міг би зрівнятися з ним <...> наш государ, король <...> всі ложі заповнювали пані в дуже дорогих сукнях, прикрашених дорогоцінним камінням, а також лицарі в багатому парадному одязі» (Croce, 1992: 187).

Про ставлення глядачів до театру, особливо в Італії, свідчить і вбрання публіки, яка відвідувала його. Це давня традиція, адже опера завжди була суспільною й інтелектуальною подією, в якій спільнота мала можливість разом з королем і знаттю долучитися до цього надзвичайного видовища. Неаполітанська публіка завжди прагнула постати у найкращому вигляді, продемонструвати себе на вищому соціальному рівні, гідному рівня короля. Навіть сьогодні в театрах Європи і в Театрі Сан Карло панує атмосфера свята, яка ніби «застигла в часі», престижність відвідування оперних вистав. Як зазначає Л. Кияновська, про певний соціальний статус особи свідчить її можливість: «<...> потрапити на прем'єру опери в театр, та ще й на добре дороге місце це такий

самий знак певного, достатньо високого шабля на соціальній драбині, як костюм від Армані чи торбинка від Віттона» (Кияновська, 2010: 56).

Центром експозиції виставки була публіка, характер якої відтворений у фото- й відеоматеріалах, зразках одягу та аксесуарах. Незабутні враження справили експонати – неаполітанські сукні від кутюр, які носили на «прем'єрах» і урочистих вечорах, а також місцевих швачок, які мали родинні фабрики в Неаполі. Виставка продемонструвала два напрями в моді – театральні костюми і одяг публіки, які протягом історії були взаємопов'язані.

Цей проект відбувся під патронатом державних структур: регіону Кампанія (Campania) і Управління архівів і бібліографії Кампанії (Soprintendenza archivistica e bibliografica).

Особливу увагу на виставці привертала митці, життя і діяльність яких тісно пов'язані з містом Неаполь. Експонати виставки – фотоматеріали приватної колекції архіву Ріккардо Карбоне (Riccardo Carbone)<sup>3</sup>, які надав фото світових зірок, учасників подій в Театрі Сан Карло: акторів Софі Лорен, Інгрід Бергман, Тото<sup>4</sup>, Джуліо Андреотті (Giulio Andreotti), режисера Роберто Росселліні (Roberto Rossellini), співачки Марії Каллас. Про звички та звичаї театральної публіки Сан Карло розповідали історичні матеріали з архіву Серджіо Раньї (Sergio Ragni), неаполітанського музикознавця, куратора різних ініціатив, редакційних проєктів і виставок, які відбувались в MeMus. Він відомий італійській публіці своєю видатною колекцією і дослідженнями творчості Дж. Россіні.

Партнерами театру у втіленні цієї ініціативи стали: Музей моди Неаполя – Фонд Мондрагоне (Museo della Moda di Napoli – Fondazione Mondragone), Музей текстилю та моди Елена Альдобрандіні (Museum of Textile and Fashion Elena Aldobrandini). Керівники виставки: директор з інституційних зв'язків і маркетингу Фонду Театру Сан-Карло Еммануела Спедальєре (Emmanuela Spedalieri), куратор історичного архіву та музею MeMus Джованна Тінаро (Giovanna Tinaro),

---

<sup>3</sup> Ріккардо Карбоне (Riccardo Carbone) (Неаполь, 17 жовтня 1897 – Неаполь, 17 грудня 1973) – італійський фотограф, фотожурналіст і архівіст, піонер неаполітанської фотожурналістики. Майже півстоліття він переважно фотографував події, що відбувались в Неаполі, залишивши місту архів, у якому понад півмільйона фотографій.

<sup>4</sup> Тото (Antonio Focas Flavio Angelo Ducas Comneno De Curtis di Bisanzio Gagliardi) (15 лютого 1898–15 квітня 1967) – італійський комік. Грав у театрах Неаполя й Риму, виступав у вар'єте. У кіно – з 1936 року. Знявся більш як у ста фільмах.

художник з костюмів і директор з пошиття Джузі Джустіно (Giusi Giustino). Оперний театр протягом своєї історії завжди був тісно пов'язаний з модою, а смаки й пріоритети неаполітанської публіки – з містом і театром.

Фестивалі Театру Сан Карло – це ще одна яскрава подія в оперному житті Італії. Фестиваль «Regione Lirica» («Оперний регіон»), його перший проєкт відбувся в липні 2020 року, другий 25 червня – 17 липня 2021 року в Неаполі. У цьому проєкті Театр Сан Карло на центральній площі Пьяцца Плебішито (Piazza Plebiscito) представив концертні версії опер Ж. Бізе «Кармен» і Дж. Верді «Трубадур». Вистава «Кармен» відбулась у виконанні зірок світової сцени: литовської мецо-сопрано Еліни Гаранча (Elina Garanča) – Кармен, американського тенора Брайана Джагде (Brian Jagde) – Дон Хосе, італійського баритона Маттіа Олів'єрі (Mattia Olivieri) – Ескамільйо, диригент – Дан Еттінгер (Dan Ettinger)<sup>5</sup> з Ізраїлю.

Оперні проєкти просто неба значно відрізняються від класичних оперних постановок в театрі, адже в цих заходах домінує не музичний фактор. Тут дуже цікаві декорації, які охоплюють природний ландшафт і архітектурний ансамбль історичного центру міста, їх світлове вирішення. Цього вечора головні будівлі площі Неаполя – Королівський палац та Базилика Святого Франциска Паоланського (San Francesco di Paola), завдяки підсвічуванню, стали справжніми героями шоу. А ще публіка – вона стала учасником дії. Зоровий сектор з хором, постійно перебуваючи на сцені, візуально утворював своєрідне коло, яке ніби обрамляло площу зовні, а в середині цього уявного кола, на величезній сцені із заліза і дерева, загальною площею 1500 квадратних метрів, розгорталася історія свободи, любові і трагедії героїв Севільї. Світлове оформлення історичних будівель П'яцца Плебішито, архітектура сприяли поширенню музики, що ніби огортала аудиторію, яка, як пише італійський музикознавець Роберто Фаваро (Roberto Favaro): «<...> уявляє себе залученою до абсолютно нового досвіду сприйняття, перебуваючи в центрі величезної інструментальної архітектури» (Favaro, 2010: 120). Драматургія кольору якнайкраще виражала настрої героїв, уявляючи ліричні і драматичні акценти дії.

Художній потенціал драми виявився завдяки блискучій акторській грі, майстерному співу, оркестровій динаміці, якій зовсім не заважали незначні шуми чи окремі звуки, посилені мікрофоном, а також завдяки колоритному підсвічуванню, яке увиразнювало драматичну канву опери в різно-

---

<sup>5</sup> Дан Еттінгер з 2023 року обіймає посаду головного диригента Театру Сан Карло.

колірному спектрі (від ніжно-лілових відтінків спокуси до багряного кольору фатуму), перетворювало «звичайну» форму концерту на яскраве й цікаве дійство.

**Висновки.** Отже, оперні події в музичному житті Італії мають свої константи: агенс, час, місце створення, свій сценарій. Одні дії спричиняють інші, характеризуються миттєвим входженням у музичне життя, відображаються у свідомості людини, адже вона довго відчуває і пам'ятає емо-

ції, викликані ним. Основна мета і провідний імідж оперних подій – зацікавити публіку, сформувати театральну аудиторію, залучити глядача. У цьому контексті актуально звучать слова суперінтенданта оперного фестивалю «Арена ді Верона» Чечілії Газдіа (Cecilia Gasdia): «Сьогодні опера може бути доступною для кожного», щоб продемонструвати світу історичні й мистецькі пам'ятки італійських міст і зберегти для наступних поколінь музичні проекти як національний оперний бренд.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гайдеггер М. Буття і час. URL: <https://lib.sashko.me/files/2021/03/17/10/17/50/buttya-i-chas.pdf> (Дата звернення: 27.10.2024).
2. Кияновська Л. О. Опера як ринок: вистава як маркетинговий хід. Науковий вісник Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського. Сучасний оперний театр і проблеми оперознавства. Вип. 89. Київ, 2010. С. 47–57.
3. Лютий Т. В. Маргінальність у людському бутті. Грані людського буття: позитивні та негативні виміри антропологічного. Київ : Наукова думка, 2010. С. 217–234.
4. Пономаренко О. Ю. Оперний театр в системі соціальної комунікації сучасної Італії. Науковий вісник Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського. Історія музики: проблеми, процеси, персони. Вип. 136. Київ, 2023. С. 121–129. DOI: <https://doi.org/10.31318/2522-4190.2023.136.276568> URL : <http://naukvisnykmau.com.ua/issue/view/16546>
5. Філософія Романа Інгардена і сучасність: колективна монографія. За ред. Д. Шевчука. Острого : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2021. 232 с.
6. Чекан Ю. Світ, котрий насправді є... Оперний театр в інфраструктурі музичного життя. Львів : Видавництво УКУ, 2024. 236 с.
7. Черкашина-Губаренко М. Р. Оперний театр у мінливому часопросторі. Харків : Акта, 2015. 392 с.
8. Balestra C. e Malaguti A. Organizzare musica. Legislazione, produzione, distribuzione, gestione nel sistema italiano. Milano : Edizione Franco Angeli, 2006. 373 p.
9. Croce B. I teatri di Napoli, a cura di G. Galasso. Milano : Adelphi Edizioni, 1992. 404 p.
10. Favaro R. Spazio sonoro. Musica e architettura tra analogie, riflessi, complicità. Venezia : Marsilio, 2010. 303 p.
11. Gilmore J. H. and Pine B. J. The experience economy: work is theatre & every business a stage. Boston : Harvard Business Press, 1999. 254 p.
12. Ingarden R. Spór o istnienie świata. Warszawa : PWN, 1981. Т. III. 478 s.

#### REFERENCES

1. Heidegger, M. (1927). *Buttya i chas* [Genesis and time]. Available at: <https://lib.sashko.me/files/2021/03/17/10/17/50/buttya-i-chas.pdf> (accessed: 27.10.2024).
2. Kyianovska, L. O. (2010). Opera yak rynek: vystava yak marketynhovyi khid [Opera as a market: the performance as a marketing ploy]. *Naukovyi visnyk Nacionalnoyi muzychnoyi akademiyi Ukrainy imeni P. I. Chaikovskoho. Suchasnyj opernyj teatr i problemy operoznavstva* [Scientific Herald of the Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music. Modern opera theater and problems of opera studies]. Issue 89. Kyiv, pp. 47–57. [in Ukrainian].
3. Lyutyj, T. V. (2010). Marginalnist u lyudskomu butti [Marginality in human existence]. *Grani lyudskogo buttya: pozytyvni ta negatyvni vymiry antropokulturnogo* [Facets of human existence: positive and negative dimensions of anthropocultural]. Kyiv : Naukova dumka, pp. 217–234. [in Ukrainian].
4. Ponomarenko, O. Yu. (2023). Opernyj teatr v systemi socialnoyi komunikaciji suchasnoyi Italiyi [Opera house in the social communication system of modern Italy]. *Naukovyi visnyk Nacionalnoyi muzychnoyi akademiyi Ukrainy imeni P. I. Chaikovskoho. Istoryia muzyky: problemy, procesy, persony* [Scientific Herald of the Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music. Music history: problems, processes, figures]. Issue 136. Kyiv, pp. 121–129. DOI: <https://doi.org/10.31318/2522-4190.2023.136.276568> URL: <http://naukvisnykmau.com.ua/issue/view/16546> [in Ukrainian].
5. Shevchuk, D. (Ed.). (2021). *Filosofiya Romana Ingardena i suchasnist: kolektyvna monografiya*. [The philosophy of Roman Ingarden and modernity: a collective monograph]. Ostrog : Vydavnyctvo Nacionalnogo universytetu «Ostrozka akademiya». 232 p. [in Ukrainian].
6. Chekan, Yu. (2024). *Svit, kotryj naspravdi ye... Opernyj teatr v infrastrukturi muzychnogo zhyttya* [The world that really is... The opera house in the infrastructure of musical life]. Lviv : Vydavnyctvo UKU. 236 p. [in Ukrainian].
7. Cherkashina-Gubarenko, M. R. (2015). *Opernyj teatr u minlyvomu chasoprostori* [Opera House in the changing space-time]. Kharkiv : Akta. 392 p. [in Ukrainian].
8. Balestra, C. and Malaguti, A. (2006). *Organizzare musica. Legislazione, produzione, distribuzione, gestione nel sistema italiano* [Organizing music. Legislation, production, distribution, management in the Italian system]. Milano : Edizione Franco Angeli. 373 p. [in Italian].
9. Croce, B. (1992). *I teatri di Napoli, a cura di G. Galasso* [The theatres of Naples, edited by G. Galasso]. Milano : Adelphi Edizioni. 404 p. [in Italian].
10. Favaro, R. (2010). *Spazio sonoro. Musica e architettura tra analogie, riflessi, complicità* [Sound Space. Music and architecture between analogies, reflections, complicities]. Venezia : Marsilio. 303 p. [in Italian].
11. Gilmore, J. H. and Pine, B. J. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston : Harvard Business Press. 254 p.
12. Ingarden, R. (1981). *Spór o istnienie świata* [The dispute over the existence of the world]. Warszawa : PWN. Т. III. 478 s. [in Polish].