

slojno-prijivaetsia-v-rossii-film-slepok-kak-vklad-v-ego-populiarizaciiu
6070220b6670bb0288597fd2. – Дата доступа: 03.03.2022.

Познякова Ю.Д., студент 501а группы
заочной формы обучения
Научный руководитель – Смоликова Т.М.,
кандидат культурологии, доцент

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФЕСТИВАЛЯ «ПАСТЕРНАК» В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Историческое развитие фестивальной культуры уходит вглубь веков и относится к первым массовым праздникам. Неизменное присутствие праздника в культурах всех эпох и народов говорит о том, что фестиваль выполняет уникальные функции в обществе: включает в себя функции праздника, играет роль массового мероприятия с определенной тематикой.

Определение термина «фестиваль» дает словарь русского языка советского лингвиста, профессора С. И. Ожегова, в котором понятие «фестиваль» воспринимается как «широкая общественная, праздничная встреча, сопровождаемая смотром достижений каких-нибудь видов искусств» [2, с. 374].

Слово «фестиваль» происходит от латинского «*fēstīvus*» – веселый, праздничный. Считается, что понятие «*festival*» возникло во Франции и обозначало «праздник», а затем попало в другие языки с французского и обозначало праздничное действо, которое состоит из цикла концертов, спектаклей и других мероприятий, объединенных, как правило, тематически. Они происходят в особенно торжественной обстановке [1].

Экопроект «Пастернак» – это крупнейший на сегодняшний день в СНГ международный экологический фестиваль здорового образа жизни. Данное мероприятие собирает в себя все экологические проекты, которые содействуют улучшению здоровья и качества жизни людей, а также экспертов в области экотехнологий из разных стран. Каждый год программа отличается от предыдущей, но в основе всегда остается интерактив, вовлекающий людей попробовать для себя новое и экологичное: это кулинарные мастер-классы с дегустацией органической еды, творческие мастер-классы и детские развивающие игры.

Экологический проект «Пастернак» придуман и организован командой добровольцев: главным маркетологом Евгенией Орловой и старшим копирайтером Владимиром Малявко. Их главной идеей было создание пространства, где можно будет рассказать людям о своем опыте веганства и возможностях экологичного образа жизни. Показать простые и, на первый взгляд, обычные правила, которые помогут улучшить состояние окружающей среды. Тем самым «Пастернак» задумывался как проект, который поможет сделать шаг навстречу экологии.

Миссия экопроекта «Пастернак» – улучшить качество жизни людей в большом городе, пропаганда здорового образа жизни, уменьшение влияния жизнедеятельности человека на окружающую среду и природу. Поэтому организаторы уделяют особое внимание темам веганства и экологии.

Проект экологического образа жизни «Пастернак» берет свое начало в 2015 году. Ивент был создан с нуля командой из четырех человек и начинался с небольшого мероприятия в ресторане премиум-уровня, куда люди приходили, учитывая дресс-код. В 2015 году еще никто не знал, что такое «Пастернак» и поэтому найти участников для выставки товаров и услуг было тяжело. На первое мероприятие пришло 30 участников, 30 журналистов и 2000 гостей [3].

В 2016 году был организован первый большой экологический фестиваль на пространстве парка «Дримлэнд», тогда фестиваль посетили уже 7000 человек. В 2017 году организаторы организовали фестиваль в Ботаническом саду на 10 000 гостей.

В 2018 году на фестиваль были приглашены экспоненты из России и спикеры из Берлина, Питера и Москвы для проведения лекций.

В 2019 году фестиваль вырос в большую площадку с шестью зонами, которые включали не только еду, но и электрозаправки, электрокары, стартапы по переработке отходов, этичную косметику, мебель, спортивные федерации и большую музыкальную сцену с хэдлайнерами.

В 2020 году экофестиваль «Пастернак» поддержали пять спортивных федераций, в частности, скейтбординга, воркаута, бадминтона, спортивные клубы, которые будут проводить различные занятия и соревнования. Каждый год программа отличается от предыдущей, но в основе всегда остается интерактив и вовлечение людей: это кулинарные мастер-классы с дегустацией, творческие мастер-классы, детские развивающие игры.

В 2020 году организаторы решили расширить пространство фестиваля и добавили в программу такие направления как рисование, каллиграфия, звукотерапия, дизайн, шитье, архитектура – все, что погружает человека в свой внутренний мир, помогая создавать красоту и гармонию вокруг себя. Создатели «Пастернак» объясняют такие нововведения тем, что экология мозга важна не меньше, чем экология среды вокруг, именно поэтому творчество теперь станет неотъемлемой частью проекта.

В рамках PR организаторами фестиваля «Пастернак» поддерживается комплекс мероприятий, включающий в себя в основном современные инструменты. В качестве основных PR-инструментов, используемых для продвижения фестиваля можно выделить: СМИ, специальные мероприятия и продвижение в интернете.

1. Освещение фестиваля в СМИ

Размещение информации в прессе, преимущественно в специализированных изданиях (журналах и газетах), выступления на телевидение. На протяжении всех 6 лет организаторы фестиваля ежегодно давали интервью представителям прессы и посещали различные телепередачи. Например, организаторы проекта дали интервью популярному городскому журналу «Whereminsk». Помимо этого, фестиваль «Пастернак» освещался в таких крупных интернет-порталах как Белорусское телеграфное агентство «Белта», интернет-порталы «TUT.by», «Onliner», журнал о Минске «CityDog.by».

2. Участие в специальных мероприятиях

Принимая участие в выставках и экологических конференциях, организаторы способствуют привлечению внимания новой целевой аудитории к фестивалю. Например, в 2021 году экофест «Пастернак» являлся основным партнером Международной экологической выставки «ECOLOGY EXPO BELARUS 2021». Это крупнейшее в Республике Беларусь конгрессно-выставочное мероприятие в области экологии, охраны окружающей среды, природоохранного оборудования.

3. Продвижение в сети Интернет

С 2017 года был сделан упор на развитие и рекламу в Интернете. Был создан качественный лендинг, на котором размещалась вся актуальная информация о фестивале на данный момент.

Главное отличие лендинга от обычного многостраничного сайта – информация должна считываться на лету. В этом и заключается основная трудность: соблюсти баланс между количеством и качеством контента на сайте.

Сайт экологического фестиваля «Пастернак» является отличным примером хорошего лендинга: минимум текста, удачный дизайн и хорошо подобранное цветовое сочетание, а также грамотное расположение текста и картинок помогает информации восприниматься легко и просто.

На странице есть все нужные блоки: немного о фестивале, его миссия, цели и ключевые задачи, последние новости экологической сферы, контактные данные и ссылка на социальные сети.

На данный момент у экологического фестиваля «Пастернак» имеются страницы в таких социальных сетях как Instagram, Facebook и ВКонтакте.

Чтобы алгоритмы социальных сетей могли выводить публикации в рекомендации заинтересованным пользователям и потенциальным посетителям оригинальные тематические посты должны публиковаться не реже двух раз в неделю. Хорошим решением для популяризации своей социальной страницы является проведение тематических конкурсов или викторин с розыгрышем призов от спонсоров среди участников.

Еще одним упущением со стороны организаторов фестиваля является отсутствие имиджевой рекламы на улицах города. Присутствие наружной рекламы, билбордов или ситилайтов, будет содействовать запоминанию и, как результат, популяризации экологических движений.

Организаторы международного фестиваля «Пастернак» успешно справляются с продвижением фестиваля в сети Интернет, однако упускается огромный пласт аудитории, который не пользуется социальными сетями, на которые сделан основной упор в продвижении. Поэтому есть необходимость в разработке традиционных форм рекламы, таких как (афиша, билборды, постеры и т.д.) для размещения на улице городов Республики Беларусь, с целью оповещения и привлечения внимания большего количества аудитории. Наружная реклама увеличит аудиторию и будет способствовать узнаваемости экофестиваля и повышению лояльности к нему.

Таким образом, формирование экологической культуры личности и общества является главной задачей современности. Ведущая роль в этом процессе принадлежит технологиям продвижения (реклама, PR, маркетинг), которые позволяют привлечь внимание к важным экологическим темам. Качественно разработанная и внедренная PR-кампания позволяет более

оперативно достигнуть поставленных целей, повысить имидж фестиваля и помогает наладить взаимовыгодное сотрудничество с общественностью.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Боголюбова Н. М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен [Электронный ресурс] / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева, СПб: СПбКО, 2009. - 416 с. – Режим доступа: <http://readli.net/chitat-online/?b=322825&pg=1>. – Дата доступа : 20. 01. 2022.
2. Ожегов С. Словарь русского языка: [Текст] / Ожегов С. – М.: Просвещение, 1990. – 848с.
3. Экопроект Пастернак [Электронный ресурс] главная страница в социальной сети «VK». – Режим доступа : <https://vk.com/pasternakmarket>. – Дата доступа : 10.02.2022.

Прокопенко Д.С., студент 320с группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Чурко Ю.М.,
доктор искусствоведения, профессор

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ НЕОКЛАССИЦИЗМА В ТВОРЧЕСТВЕ ДЖОРЖА БАЛАНЧИНА

Неоклассический балет как жанр танца и термин появился в 20-х годах XX века. Он основывается на принципах, движениях и эстетике классического танца, использует терминологию и технику классического танца, но находится в поиске нового воплощения.

«Поиски нового предугадывал и торопил Дягилев, сыгравший немалую роль в смене пристрастий и вкусов на протяжении «сезонов» 1909 –1914