

доступа: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015009106>. – Дата доступа: 10.03.2021.

8. Федорова. О.Ю., Шустова, Я.И. современные виды маркетинга и их характеристика / О.Ю. Федорова, Я.И. Шустова // Научный форум с международным участием «Неделя науки СПбПУ». – Санкт-Петербург, 2015. – С. 252-255.

Глазкина О.А., студент 402 группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Гурченко А.И.,
кандидат искусствоведения, доцент

ФЕСТИВАЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА (НА ПРИМЕРЕ Г. БОБРУЙСКА)

На сегодняшний день мировое искусство довольно разнообразно и дифференцировано, направления которого приобрели аспект массовизации в различных сегментах арт-индустрии. Субъектам творческой деятельности предоставляется возможность самоактуализации задатков и талантов в различных массовых формах культурно-зрелищных программ: ярмарках, концертах, спектаклях, конкурсах, фестивалях и др. Фестиваль выступает наиболее популярной формой событийного маркетинга, кроме того, является эффективным инструментом брендинга территории.

Территориальный брендинг является наиболее актуальной частью маркетинга, способствующей повышению конкурентоспособности, привлечению потока туристов и новых жителей, созданию положительного образа города, региона, области и страны в целом. В

Республике Беларусь большей популярностью по продвижению территории пользуются фестивали, которые внедрились в социокультурную сферу населения и проводится как на региональном, так и международном уровнях. Фестивализация позволяет раскрыть уникальность, культурное богатство, передать традиции и ценности, сложившиеся на конкретной территории. Масштабный фестиваль создаёт альтернативные источники прибыльности и дохода для страны, повышает уровень экономического развития. Проведение такого формата мероприятий в конкретном регионе, позволяет сформировать определенный имидж местности, привлекающий потребителей и туристов, и удовлетворяющий определенные культурные и эстетические потребности.

Могилёвская область – это восточный регион Беларуси с богатым природным и культурно-историческим потенциалом для развития фестивалей различного масштаба. Важную роль в формировании территориального брендинга региона играют фестивали: международный музыкальный фестиваль «Золотой шлягер», фестиваль духовной музыки «Магутны Божа», фестиваль народного творчества «Зямля пад белымі крыламі» Ежегодно в Могилёве проходит фестиваль анимационных фильмов «Анимаёвка», в Бобруйске – республиканский фольклорный фестиваль «Венок дружбы».

Предметом исследования в рамках данной работы был выбран город Бобруйск – один из старейших городов Беларуси, крупный индустриальный и культурный центр. Удобное географическое положение, разветвлённая транспортная сеть, высокий промышленный потенциал и богатое историко-культурное наследие являются преимуществами для фестивализации и брендинга. Следует отметить проект, создающий позитивный имидж о городе Бобруйске – Международный фестиваль народного творчества «Венок дружбы». Фестиваль проходит один раз в

два года, шестнадцатый по счёту фестиваль должен был состояться в 2021 году, но был перенесён [4, с. 102]. Специфика проекта направлена на развитие и укрепление межкультурного диалога, трансляцию творчества и традиций стран-участников. Фестиваль предусматривает участие различных субъектов творческой деятельности; у каждого из конкурсантов есть свой уникальный художественный облик, музыкальный, песенный и пластический язык. Участники фестиваля являются носителями культур своих стран, богатых своими песнями, танцами, старинными забавами и готовы поделиться ими друг с другом.

Следующий пример – Международный фестиваль «Волна Идей» (Wave Kids), который объединил на базе Дворца искусств г. Бобруйска юных конкурсантов до 12 лет из Литвы, Латвии, Молдовы, Украины и Беларуси.

[3]. Фестиваль представляет собой структуру из нескольких блоков, где каждый блок – определенная номинация: хореография, вокал, цирковое искусство, театр мод и др. Оценивает таланты юных исполнителей творчества группа экспертов из разных стран мира, при этом отличительной чертой оценки исполнения является «звездочная система», которая подразумевает под собой определенное количество «звездочек» вместо привычной балльной системы. После прохождения определенной номинации традиционно следует награждение участников памятными призами и подарками.

Особый интерес в практике фестивальной деятельности г. Бобруйска вызывает «Республиканский фестиваль национальной драматургии имени В.И. Дунина-Марцинкевича», который специализируется на театральном искусстве и драматургии. Событие представлено уникальной конкурсной, состоящей из спектаклей исключительно по произведениям белорусских драматургов. По данным за 2019 год общее количество участников

составило 254 человека, а за период проведения фестиваля было показано 15 спектаклей, которые посетили 4475 зрителей.

Таким образом, проведение ряда фестивалей г. Бобруйске, а именно, Международного фестиваля народного творчества «Венок дружбы», Международного фестиваля «Волна Идеи» («Wave Kids»), способствует развитию и формированию привлекательного имиджа территории. В то же время рассмотренные фестивали оказывают большое влияние на развитие международных культурных связей Беларуси, а также активизации территориального брендинга. Такого рода фестивали – это неотъемлемая часть национальной культуры, которая способствует не только обогащению историко-культурного достояния нашей страны, но и развитию международных культурных связей и контактов. Подобного рода мероприятия становятся важным мотивирующим фактором в посещении города, выступают как наиболее популярная форма социокультурной деятельности, занимают значительное место во внутреннем рынке страны и выступают в качестве определенного инструмента, формирующего привлекательность региона, а также способствует повышению имиджа и брендинга территории. Фестиваль как наиболее популярная форма социокультурной деятельности занимает значительное место во внутреннем рынке страны и выступает в качестве действенного инструмента, позволяющего формировать и укреплять привлекательность региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Айзенштадт, А.Л. Республика Беларусь в поисках национального бренда / А.Л. Айзенштадт // Современная молодёжь и общество: сб. науч. ст. Вып. 4: Молодежь в мире глобализации и межкультурной коммуникации / И.И. Калачева [ред.]. – Минск : РИВШ, 2016. – С.11-15.

2. Ганчеренок, И.И. Имиджевое позиционирование современного государства / И.И. Ганчеренок // Научн. труды Акад. управл. при Президенте Республики Беларусь : философские, экономические, юридические науки. – Минск : Акад. управления при Президенте Республики Беларусь, 2016. – Вып. 1. – С. 38-39.
3. Международный Фестиваль «WaveKids» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://myfest.art/festival/>. – Дата доступа : 16.03.2022.
4. Решетникова, А. Н. Ресурсный потенциал и особенности развития экологического туризма в Могилевской области / А. Н. Решетникова // Псковский регионологический журнал. – 2009. – № 7. – С. 101–109.

Глушук Е.А., студент 202 группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Раец Т.Д.,
кандидат филологических наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Выявление особенностей межкультурной коммуникации как одного из вида передачи и восприятия информации в условиях межличностного, группового и массового общения является одним из приоритетных направлений научных изысканий в сфере расширения и укрепления взаимосвязей различных культур и народов.

Как известно, культура определенного народа не способна существовать в изоляции от культурных достижений других народов. Любой народ открыт для восприятия чужого культурного опыта и