

УКРАЇНСЬКІ ФЕСТИВАЛІ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ

Вишневська

Галина Георгіївна

кандидат культурології, доцент кафедри міжнародного туризму Київського національного університету культури і мистецтв

Вишневская

Галина Георгиевна

кандидат культурології, доцент кафедри міжнародного туризму Київського національного університету культури і мистецтв

Vyshnevskaya

Halina

Ph. D. in Culturology, associate professor of the department of International Tourism of Kiev National University of Culture and Arts

Анотація. У культурному просторі сучасної України все більшого поширення набувають фестивалі — у найрізноманітніших формах і масштабах. Фестивалі відіграють надзвичайно велику роль для підняття іміджу України на світовому рівні. У статті аналізується потенціал українських фестивалів як складової формування культурного іміджу країни, робиться спроба охарактеризувати їх різновиди та засоби сучасної промоційної діяльності.

Ключові слова: імідж країни, імідж міста, промоційна діяльність, фестивалі.

Актуальність. Формування позитивного іміджу України на етапі сучасного культуротворення є одним із дієвих чинників процесу євроінтеграції країни. Проведення різноманітних заходів міжнародного масштабу дає державі прекрасний шанс заявити світові про власні культурні традиції.

Кожне місто країни володіє індивідуальними рисами, тому потребує такого ж індивідуального підходу до його позиціонування і просування з метою отримання певного зиску. При формуванні міжнародного іміджу місто підключає історію розвитку та розбудови, географічне розташування, ностальгічні нюанси, матеріальну основу, внаслідок чого демонструє світові свою унікальність та неповторність. Різноманітність історико-культурного потенціалу завжди підкреслює унікальність того чи іншого міста. Але сучасна практика свідчить, що не кожне місто має можливість виокремитися, вирізнитися з-поміж інших. У цьому аспекті стає актуальною специфіка комплексного аналізу формування іміджу міста [12].

Стан дослідження. Теоретичну базу дослідження становить доробок відомих вітчизняних і зарубіжних науковців, присвячений проблемам розвитку фестивального руху в контексті формування іміджу країни. Особливо цікавими, з огляду на тему дослідження, є праці О. Бейдика, О. Бабкіна, Г. Вороніної, Ю. Грицьку-Андрієша, А. Гончарука, Д. Гетза, П. Доана, А. Сазикіна, А. Пискача, М. Мальської та ін.

Дослідження багатьох науковців скеровані на аналіз умов функціонування та розвитку міст без розгляду участі у культурно-масових заходах світового масштабу, а тому постає потреба позиціонування конкретної території та формування іміджу саме з цієї точки зору.

Мета роботи полягає у визначенні потенціалу українських

фестивалів як складової формування культурного іміджу країни, аналітичній характеристиці різновидів та засобів їх сучасної промоційної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Імідж країни свідчить про рівень розвитку культури, економічну силу, могутність, багатство. Міжнародний імідж держави є взаємопов'язаною сукупністю характеристик державної системи, які визначають рівень розвитку цих процесів, що сформувалися в результаті процесу розвитку державності та визначили розвиток культурних, політичних, економічних, соціальних, громадських та інших процесів у країні. Саме це визначає, яку репутацію отримує країна у свідомості світової громадськості.

Імідж країни, в першу чергу, залежить від іміджу міст держави. Відомий британський науковець Саймон Анхольт виділяє шість основних вимог, що складають імідж міста: міжнародне значення (внесок міста у світовий прогрес), місце розташування (краса та клімат місцевості), потенціал (економічні та освітні можливості міста, що можуть бути запропоновані гостям, емігрантам і представникам бізнесу), ритм життя (кількість привабливих занять і розваг, що можна знайти у цьому місті), умови (наявність необхідних побутових умов та ступінь розвиненості інфраструктури для проживання у місті), люди (загальна безпека та дружнє ставлення жителів міста до гостей) [1]. Ці критерії можуть бути покладені в основу іміджевих стратегій будь-якої території.

Слід визначити три групи факторів, що впливають на формування іміджу території:

- жорсткі фактори, або економічні, серед яких провідними виступають функціонування об'єктів господарювання, наявність комунікацій тощо;

- м'які фактори, або гуманітарні, серед яких виділяють архітектурно-меморіальні символи, виставково-ярмаркову діяльність, фестивалі, конкурси, свята, історико-культурні традиції, що мають регіональне або національне визнання, наявність візитних карток регіону;

- територіальні фактори, або просторові, що включають своєрідність розташування, менталітет, привабливість кліматичних, ландшафтних, гідромінеральних, біотичних, етнографічних особливостей території.

Суттєва частина другої та окремі складові третьої груп факторів, що впливають на імідж окремої території, можуть виступати джерелом саме

тих подій, що допоможуть сформувати позитивний образ території як сприятливого регіону в цілому і культурної дестинації зокрема [5].

У культурному просторі сучасної України все більшого поширення набувають фестивалі в найрізноманітніших формах і масштабах. Фестивалі відіграють надзвичайно велику роль для підняття іміджу України на світовому рівні. Вони потребують значних коштів і затрат часу, тому проводяться раз на рік, а деякі і двічі на рік. Для проведення фестивалів організатори залучають спонсорів як вітчизняних, так і іноземних.

Використання фестивальних ресурсів сприяє також залученню широкого контингенту туристів, мотивом подорожей яких є події культурного життя міста, унікальні природні явища.

На сьогодні популярними в Україні є такі види фестивалів:

- етнофестивалі — включають музичну програму етнічного спрямування, а також різноманітні ігри, майстер-класи, літературні читання, ярмарки тощо. Найбільш відомі українські етнофестивалі — Країна мрій, Шешори, Етновир тощо;

- гастрономічні фестивалі мають у своїй програмі приготування та дегустацію страв національної кухні та різних народів світу. За кількістю кулінарних свят лідирує західна частина України, де майже щомісяця проводяться гастрономічні фестивалі окремих страв. До того ж гостей таких заходів пригощають безкоштовно, діляться автентичними рецептами та проводять кулінарні майстер-класи;

- фестивалі історичної реконструкції приурочені до свят або річниць відзначення важливих історичних подій і проходять у місцях, в яких та чи інша подія відбулась. Часто фестиваль історичної реконструкції включає різні змагання і конкурси — фехтування, стрільба з лука чи арбалета, масові бої, конкурс на найбільш автентичний однострій. Такі фестивалі збирають не лише українського глядача, а й учасників із багатьох країн. Найвідомішими фестивалями-реконструкціями в Україні є “Битва націй” на території Хотинської фортеці, “Стародавній Меджибіж” та “Терра героїка” на Хмельниччині.

Історична реконструкція — це відтворення історичних подій за допомогою рольової гри. Користуючись археологічними даними, письмовими та образотворчими джерелами, реконструктори реалістично відтворюють ті чи інші епізоди історії

країни (визначні битви, оборони замків), створюючи атмосферу відповідного часу [12].

Особливістю фестивального руху в Україні стала орієнтація на використання фольклорних традицій. Як приклад сучасних етнографічних фестивалів варто розглянути міжнародні етнофестивалі “Трипільське коло” і “Країна мрій”.

Міжнародний етнографічний фестиваль “Трипільське коло” проходить на пагорбах Дніпра біля міста Ржищева Київської області. Фестиваль має семирічний цикл, кожен фестивальний рік носить тематику однієї зі стихій природи — Вода, Земля, Повітря та Вогонь, має також власну мистецьку, освітню, екологічну і соціальну тематику: 2008 р. — Вода; 2009 р. — Земля; 2010 р. — Вогонь; 2011 р. — Повітря; 2012 р. — Парад стихій; 2013 р. — Вода; 2014 р. — Земля. Фестиваль включає культурно-пізнавальні програми: фестивальна толока (будівництво трипільського житла, обробка кременю, жнива, облаштування джерела), гончарне містечко (ліплення горщиків, трипільських людиноподібних фігурок із зерном — символом продовження роду, нанесення трипільського орнаменту, ліплення з глини великих знаків-символів води, землі, повітря та вогню). Показ науково-популярних та художніх фільмів на фестивальну тематику, міжнародна школа танцю (танці по колу), збір лікарських трав, презентація музеїв та заповідників пов'язаних із трипільською культурою, виставка-ярмарок народних майстрів та численні майстер-класи, семінари, лекції та бесіди науковців про трипільську культуру. Спортивно-розважальні програми: командні змагання “Трипільські ігри”, елементи спортивного туризму, етно-атракціони, трипілля-квест. Мистецькі програми: вечірні концерти гуртів, які працюють у стилі “фолк-рок” та “world music”, денна програма — фольклорні колективи, кобзарі, барди, творчі майстерні для професіоналів та усіх охочих долучитися до події, театральні покази, містерія — свято Купала. Організатори фестивалю ставлять перед собою завдання пробудити інтерес до трипільської культури, запропонувати альтернативні способи організації відпочинку для сім'ї та молоді. Фестиваль об'єднує оздоровчі, спортивні, музичні, екологічні, освітні, виставкові та інші культурно-розважальні й культурно-просвітницькі програми в стилі “етно”. Особливістю цього фестивалю є інтеграція мистецтв [8].

“Країна мрій” — міжнародний фестиваль етніч-

ної музики, що проходить на Співочому полі у Києві з 2004 р. Час проведення фестивалю збігається з народним святом Івана Купала (кінець червня — початок липня). Фестиваль має вигляд народного гуляння-ярмарку, триває від 2 до 5 днів і, окрім виступів на основній сцені Співочого поля, включає в себе також ярмарок виробів народного мистецтва, книжковий ярмарок, майстер-класи народних ремесел, де можна в живому часі спостерігати, як виробляються ті чи інші витвори людської фантазії, виставку народного малярства, дитячу галявину, етнічні кухні, також й різноманітні майстер-класи етнічних танців, співу, бойових мистецтв тощо. В рамках фестивалю “Країна мрій” беруть участь гості з Японії, Норвегії, Румунії, Литви та інших країн світу.

Крім того, протягом року “Країна мрій” проводить ряд культурних заходів в Україні: Фестиваль “Рок-Січ”, танцювальні вечірки в стилі “Етно-Диско”, фестиваль героїчної пісні, вечір українського романсу, парад вишиванок, традиційні вечорниці, а також видавничу діяльність [3].

Сьогодні в Україні проходить велика кількість різноманітних гастрономічних фестивалів із приготуванням та дегустацією страв різних народів світу. З кожним роком такі фестивалі привертають усе більшу увагу й є однією з найважливіших програм відпочинку. Національні українські страви сьогодні дуже цікаві як українцям, так й іноземцям.

Фестиваль “Гуцульська бринза” є “візитною карткою” Рахівського району і однією з найяскравіших сторінок культурно-мистецького життя Закарпаття, подією, на яку чекають рік. Із 2002 р. він щорічно відбувається в районному центрі — у місті Рахів. Фестиваль увібрав кращі здобутки Гуцульщини, демонструє справжні традиції гуцулів-полонинників: їх побут, ремесло, культуру, гостинність, здобутки тощо.

Щороку на початку весни у м. Берегово, що на Закарпатті, проходить фестиваль вина. Це містечко вже давно отримало неофіційний статус винної столиці Західної України. А в Ужгороді відбувається фестиваль вина та меду “Сонячний напій”. Окрім закарпатських виноробів, свої вироби представляють учасники з Одещини, Словаччини та Угорщини. Тут використовують методику оцінювання напоїв за загальноприйнятими європейськими нормами, що передбачають відбір вин за 10 днів до початку фестивалю.

На фестивалі також працює професійна дегустаційна комісія.

У місті Коростень Житомирської області восени відбувається Міжнародний фестиваль дерунів.

На Тернопільщині вже кілька років поспіль проводять фестиваль борщу “Борщ’їв”. Під час нього варять близько 3 тисяч літрів борщу та десятки різних страв до нього (пампушки, пиріжки, крученики). Паралельно проводиться фестиваль “Цвіт вишиванок”, що демонструє найкращі вишиванки з усієї України. Тут можна побачити цікаві колекції, унікальну борщівську вишивку, ця техніка має глибокі історичні корені [10].

У Львові протягом року відбуваються фестивалі, присвячені каві, шоколаду, сиру, вину, хлібу, пиву. Кожен по-своєму цікавий і оригінальний. Саме у Львові вперше в Україні відступили від шаблонних відзначень свят та започаткували новий формат культурних заходів — різноманітних за тематикою, що об’єднуються у розмаїтті 50 фестивалів [4].

Фестивалі історичної реконструкції є цікавими не лише для українців, а й для іноземних гостей, оскільки українська історія тісно пов’язана з історією багатьох країн-сусідів.

В Україні проведення фестивалів на територіях середньовічних замків та фортець має хоч і незначну, але вже свою історію. Починаючи з 1991 р. кількість таких фестивалів та якість їх проведення постійно зростає і покращується. Одним із напрямів їх туристичного відродження є залучення цих об’єктів до проведення різноманітних фестивалів, зокрема історичної реконструкції.

На Волині, Галичині, Закарпатті, Поділлі та в Криму сконцентрована основна частина фортифікацій. Найбільше їх на території Тернопільської області. Стан збереженості замків та фортець різний. Найбільшою популярністю у туристів користуються найвідоміші, найкраще збережені та ті об’єкти, що використовують під історико-архітектурні та історико-культурні заповідники, музеї тощо. Прикладами є замки і фортеці у містах Збараж, Золочів, Кам’янець-Подільський, Мукачеве, Луцьк, Олесько, Острог, Хотин та ін. Пам’ятки середньовічної оборонної архітектури є основою десяти історико-архітектурних заповідників в Україні [2].

Світовий досвід засвідчує доцільність використання замків та фортець різного ступеня збереженості. За роки незалежності у п’ятнадцяти середньовічних замках і фортецях України були

проведені всеукраїнські та міжнародні фестивалі середньовічної культури, військово-історичної реконструкції, історико-музичні тощо. Подвір’я й навколишні території замків і фортець у Балаклаві, Білгород-Дністровську, Дубно, Збаражі, Золочеві, Кам’янець-Подільському, Кременці, Луцьку, Судаку та інших містах країни у різні роки ставали місцями проведення цих фестивалів. Уже традиційними стали міжнародний фестиваль історичного фехтування “Генуезький шолом” та “Рицарський замок”, що проходять у місті Судак (АР Крим) на території Генуезької фортеці XIV-XV ст.; фестиваль середньовічної культури “Меч Луцького замку” у м. Луцьку Волинської області на території замку кінця XIII — початку XIV ст. Молодшими, але вже відомими та популярними є фестиваль військово-історичної реконструкції “Terra heroica”, що відбувається у м. Кам’янець-Подільський Хмельницької області і фестиваль середньовічної культури “Тустань”, місцем проведення якого є державний історико-культурний заповідник “Тустань” у селі Урич Сколівського району Львівської області. Традиційними також є історико-музичний фестиваль “Стародавній Меджибіж” (сmt. Меджибіж, Хмельницька область), музичні фестивалі “Фортеця” (м. Білгород-Дністровський, Одеська область) і “Тарас Бульба” (м. Дубно, Рівненська область).

Аналіз географії проведених фестивалів у замках та фортецях України показав, що більшість із них відбувається на територіях тих пам’яток оборонної архітектури, що добре збереглися, мають музеї або є відновленими. Отже, у цих випадках можна говорити, що ступінь збереженості належить до групи показників, які впливають на вибір місця проведення фестивалю [2].

Успіх фестивалю значною мірою залежить і від цікавої, оригінальної його презентації та промоції. Вирішення цього завдання пов’язане з використанням формули акції. Зазначена формула втілюється в наступних засадах: структурних особливостях фестивалю, способах презентації матеріалу, специфіці комунікації тощо. Це можуть бути концерти виконавців-легенд, презентація спеціально привезених або щойно винайдених інструментів (відновлення давніх), незвичні акції, синтез мистецтв у фестивальному просторі, декілька сцен в один час (велика і мала, літературна, танцювальна, кінематографічна, дитяча тощо), майстер-класи (можливість відвідувачів долучитися до творення). Все це

має підсилити емоційну дію мистецького заходу на аудиторію та, як результат, створити відповідний імідж фестивалю [7].

Важливою передумовою організації фестивального руху є своєчасне інформування та рекламування подій, загальнодоступність до інформації про них та організація систематичного проведення.

Напрямами промоційної діяльності фестивальних заходів є:

- популяризація фестивалів серед жителів міста, поширення позитивних знань про фестиваль в Україні та за кордоном;

- організація співпраці з установами, підприємствами, представництвами, засобами масової інформації та іншими структурами з метою промоції фестивалю;

- підготовка, координація та участь у промоційних заходах, спрямованих на поширення інформації про фестиваль;

- налагодження партнерських взаємовідносин із метою просування фестивального заходу;

- розробка та видання промоційної та сувенірної продукції, спрямованої на поширення інформації про фестиваль, його історію, економічно-інвестиційний потенціал тощо.

Більшість постійних фестивалів мають власні інтернет-сайти, на яких міститься інформація про проведення й програму заходів, туристичну інфраструктуру, транспортне сполучення. Для потреб відвідувачів розробляється календар фестивалів і подій. До календаря включено не всі фестивалі, це пов'язано з тим, що не всі вони є стабільними та проводяться на регулярній основі. Формування позитивного іміджу регіону та збільшення кількості відвідувачів сприяють туристично-інформаційні центри, що акумулюють інформацію про туристично-рекреаційні пропозиції [5].

Проведення фестивальних заходів починається з презентацій у вигляді міні-концертів, флеш-мобів (коротких виступів), в яких учасники фестивалю виконують два-три номери з програми, або у формі музичних імпровізацій у людних місцях міста. Подібні дії сприяють створенню святкової атмосфери напередодні фестивалю. Яскравим прикладом таких заходів став музичний фестиваль “Дніпрогастроль”, коли французькі й українські музиканти мандрували на пароплаві Дніпром із Києва до Одеси. В усіх містах, де зупинявся пароплав, давалися флеш-концерти. В Одесі перед гала-концертом

були проведені невеликі концерти у формі флеш-мобів на Потьомкінських сходах, на Приморському бульварі, у півній “Гамбрінус”, у літньому саду, на вулиці Дерибасівській тощо. Виконувалися музичні твори, що легко сприймаються публікою і можуть перебиватися гучними запрошеннями на концерти фестивалю.

Специфікою українських фестивалів є поєднання “старих” методів залучення глядача (афіша, телебачення, радіо) з сучасними (флеш-моб, соцмережі, інтерактивні дії). Проте поступово на перший план виходить робота на радіо, в соціальних мережах та в Інтернеті. Через всевітню мережу залучаються глядачі з інших регіонів, міст, країн. Частково успіх фестивалю залежить також від правильно організованої роботи в соцмережах і від залучення до фестивалю споріднених агентств, які, в свою чергу, на працювали адресні системи роботи з глядачем та реалізації квитків на фестивальні заходи.

Останнім часом роль в організації та проведенні фестивалів значно зростає саме в презентації фестивалю, що включає такі складові:

- проведення зустрічей зі ЗМІ (інформування про фестиваль, склад учасників, місце проведення, строки, хід підготовки, оновлення або зміна виконавців, передача ЗМІ нових доробків учасників);

- проведення прес-конференцій за участю ключових учасників фестивалю;

- концерт-презентація фестивалю в присутності ЗМІ і глядача, де один із учасників або група представляють свою коротку програму, що буде складовою майбутнього фестивалю;

- періодичний показ номерів учасників фестивалю в програмах телебачення та радіо;

- розміщення на телебаченні і радіо рекламних звукових та відеороликів;

- інформування через соціальні мережі адреси сайтів фестивалю, учасників та можливість переглянути їх творчий доробок в Інтернеті;

- проведення різноманітних конкурсів та вікторин для глядача на фестивалі, телебаченні, радіо і соціальних мережах;

- інформування широкого загалу про рейтинги фестивалю на сайтах та в соціальних мережах.

В останні роки основним акцентом у проведенні фестивалів є вибір локацій. Так, фестивалі проходять на майданчиках на відкритому повітрі, безпосередньо в парку або на вулицях міста, на території музеїв-скансенів тощо. Зокрема, музичні

фестивалі сьогодні влаштовуються в метро і в покинутих промислових центрах, на шоу-боат (плавзасоби) на воді й на морі.

Особливістю будь-якого фестивалю є робота з глядацькою аудиторією. Глядачі є повноправними учасниками фестивалю. Більше того, однією з актуальних функцій фестивалю є саме комунікативна функція. Вся сукупність ролей, форм та ступенів приєднання людини до фестивальної діяльності (бездіяльність також є формою участі) створює неповторний культурний простір кожного фестивалю. Варто врахувати, що для України характерним явищем є поєднання в єдиному спільному просторі фестивалю доволі різноманітної аудиторії.

Сьогодні фестивальний простір збирає не тільки цільову аудиторію, а й частину сторонніх людей, зовсім не обізнаних із тим або іншим напрямом. Саме на такого глядача розраховані стенди, брошури й флаєри з інформацією про учасників фестивалю, освітньо-інформаційні відеоролики про конкретних учасників, про історію певного заходу. Дедалі частіше організатори фестивалю влаштовують розіграші, нагородження, безкоштовну роздачу або продаж глядачам продукції, тематично пов'язаної з конкретним фестивалем.

Більшість сучасних фестивальних заходів у своїй програмі передбачає закриття чи закінчен-

ня фестивалю певним грандіозним шоу чи гала-концертом. Проте, новацією стала така складова, як завершальний парад, фєсєрверк, лазерне шоу. Застосування піротехнічних засобів стає не просто прощальним фєсєрверком, а набуває сюжетності, вмотивованості основною ідеєю фестивалю [9].

Висновки. Отже, основою сучасних фестивальних заходів є використання новітніх технологій у поєднанні зі створеним тематично єдиним сплавом різних видів мистецтв. При цьому основний жанр фестивалю залишається домінуючим, а всі інші види мистецтва допомагають реалізувати, втілити основну ідею фестивалю.

Зазначені вище регіони і центри фестивального руху є дуже перспективними. Кожен із них має ряд унікальних характеристик, що зацікавлять як вітчизняну, так і міжнародну аудиторію. Фестивалі є дієвим ресурсом для промоції історико-культурних можливостей України.

На сучасному етапі фестивальна діяльність стає все більш популярною та затребуваною в Україні. З кожним роком актуалізується і розширюється тематична спрямованість фестивалів, збільшується кількість українських та іноземних учасників, що дієво та позитивно сприяє формуванню іміджу України в європейському просторі.

Література / References:

1. *Анхольт С.* Создание бренда страны // Бренд-менеджмент. – Лондон: Плейс. – 2007. – №1. – С. 36–44.
2. *Кілінська К. Й.* Теоретичні та прикладні аспекти рекреаційного природокористування в Україні: монографія / К. Й. Кілінська, Н. П. Аніпко, Н. С. Андрусак. – Чернівці: Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2010. – С. 239–249.
3. Країна мрій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.krainamriy.com/>.
4. Львів – столиця фестивалів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lviv.travel/ua/what_to_do/stolucya-festiyvaliv.
5. *Медвідь Л. І.* Фестивальний туризм Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку // Науковий вісник Чернівецького університету: Зб. наук. праць / За ред. Чернівецького національного університету. – Чернівці: ЧНУ, 2011. – № 614-615. – С. 86–89.
6. *Парфінєнко А. Ю.* Туристичний імідж регіону: Монографія / А. Ю. Парфінєнко. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. – 312 с.
7. *Пискач А. А.* Фестивальний рух у культурному житті України кінця ХХ – початку ХХІ ст.: невольклорні тенденції // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: Зб. наук. праць / За ред. Рівненського державного гуманітарного університету. – Рівне: РДГУ, 2011– № 17. – С. 56–61.
8. *Прохоров А. М.* Большая советская энциклопедия / А. М. Прохоров. – М.: “Советская энциклопедия”, 1974. – 632 с.
9. *Толубко В. О.* Музичний фестиваль у сучасному соціокультурному контексті: актуальні питання режисури // Культура і сучасність:
1. *Ankhol't S.* Sozdanie brenda strany // Brend-menedzhment. – London: Pleis – 2007. – №1. – S. 36–44.
2. *Kilins'ka K. I.* Teoretichni ta prikladni aspekti rekreatsiinogo prirodokoristuvannia v Ukraini: monografiia / K. I. Kilins'ka, N. P. Anipko, N. S. Andrusiak. – Chernivtsi: Chernivets'kii natsional'nii universitet imeni Iurii Fed'kovicha, 2010. – S. 239–249.
3. Kraïna mrii. [Elektronnii resurs] – Rezhim dostupu: <http://www.krainamriy.com/>.
4. L'viv – stolisia festivaliv. [Elektronnii resurs] – Rezhim dostupu: http://lviv.travel/ua/what_to_do/stolucya-festiyvaliv.
5. *Medvid' L. I.* Festival'nii turizm Zakarpattia: suchasni stan ta perspektivi rozvitku // Naukovii visnik Chernivets'kogo universitetu: Zb. nauk. prats' / Za red. Chernivets'kogo natsional'nogo universitetu. – Chernivtsi: ChNU, 2011.– № 614-615. – S. 86–89.
6. *Parfinenko A. Iu.* Turistichnii imidzh regionu: Monografiia / A. Iu. Parfinenko. – Kh.: KhNU imeni V. N. Karazina, 2011. – 312 s.
7. *Piskach A. A.* Festival'nii rukh u kul'turnomu zhitti Ukraini kintsia XX – pochatku XXI st.: nefol'klorni tendentsii // Ukrain'ska kul'tura: minule, suchasne, shliakhi rozvitku: Zb. nauk. prats' / Za red. Rivnens'kogo derzhavnogo humanitarnogo universitetu. – Rivne: RDGU, 2011– № 17. – S. 56–61.
8. *Prokhorov A. M.* Bol'shaia sovetskaia entsiklopediia / A. M. Prokhorov. – M.: “Sovetskaia entsiklopediia”, 1974. – 632 s.
9. *Tolubko V. O.* Muzichnii festival' u suchasnomu sotsiokul'turnomu konteksti: aktual'ni pitannia rezhisuri // Kul'tura i suchasnist': al'manakh

альманах / За ред. Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – К.: Міленіум, 2013. – № 2. – С. 142–147.

10. Україна фестивальна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://art.rk-ukraina.com/index.php?id=179&lang=ua>.

11. Чоренька Н. В. Репутація та імідж міст України в контексті подієвого туризму (на прикладі міста Львова) // Географія та туризм: Зб. наук. праць / За ред. Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К.: Альтерпрес, 2011. – № 14. – С. 68–73.

12. Чубей І. Ю. Фестивальний туризм та його місце в сфері туризму України (проблеми та перспективи в руслі ідей глобального етичного кодексу туризму // Матеріали XII аспірантських читань “Сучасні тенденції розвитку та вдосконалення туристської діяльності в Україні в контексті концептуальних положень глобального етичного кодексу туризму” / Тези доп. і збір. 30 жовтня 2012 р. – К.: Київський університет туризму, економіки і права, 2013. – С. 307–310.

/ За ред. Natsional'noї akademii kerivnikh kadriv kul'turi i mistetstv. – K.: Milenium, 2013. – № 2. – S.142–147.

10. Ukraina festival'na. [Elektronni resurs] – Rezhim dostupu: <http://art.rk-ukraina.com/index.php?id=179&lang=ua>.

11. Chornen'ka N. V. Reputatsiia ta imidzh mist Ukraini v konteksti podievogo turizmu (na prikladi mista L'vova) // Geografiia ta turizm: Zb. nauk.prats' / Za red. Kiivs'kogo natsional'nogo universitetu imeni Tarasa Shevchenka. – K.: Al'terpres, 2011. – № 14. – S. 68–73.

12. Chubei I. Yu. Festival'ni turizm ta iogo mistse v sferi turizmu Ukraini (problemi ta perspektivi v rusli idei global'nogo etichnogo kodeksu turizmu // Materiali XII aspirants'kikh chitan' "Suchasni tendentsii rozvitku ta vdoskonalennia turists'koї diial'nosti v Ukraini v konteksti kontseptual'nikh polozhen' global'nogo etichnogo kodeksu turizmu" / Tezi dok. i zibr. 30 zhovtnia 2012 r. – K.: Kiivs'kii universitet turizmu, ekonomiki i prava, 2013. – S. 307–310.

Вишневская Галина Георгиевна

Украинские фестивали как средство продвижения позитивного имиджа страны

Аннотация. В культурном пространстве современной Украины все большее распространение получают фестивали – в самых разнообразных формах и масштабах. Фестивали играют чрезвычайно большую роль для поднятия имиджа Украины на мировом уровне. В статье анализируется потенциал украинских фестивалей как составляющей формирования культурного имиджа страны, делается попытка охарактеризовать их разновидности и средства современной промодеятельности.

Ключевые слова: имидж страны, имидж города, фестиваль, промоции.

Vishnevskia Halina

Ukrainian Festival as a Means of Promotion of the Country Positive Image

Summary. An image — a purposeful established form shown in the minds of people, is a set of public perception. As for the image of the country, it is understood as a positive in most cases specially crafted image. Over the past decade the image of any country has become even more important, despite the fact that the state has always sought the best possible way to introduce itself to the world. In achieving this goal the greatest influence have cultural and economic aspects. To compete with each other globalized states solve a number of issues: the preservation of cultural diversity and distinction of identity, tourism, attracting foreign investments, and export markets. In practice many European countries together with the promotion of their historical, cultural and natural resources have a policy of attracting foreign tourists using different kinds of events and their promotion: national holidays, festivals, competitions, fairs and exhibitions.

Creating a positive image of Ukraine at the stage of modern culture creation is one of the most effective factors of the process of European integration of the country. Implementation of various measures of international scope gives the state a great chance to inform the world about their own cultural traditions.

Every city in the country has individual traits, which require the same individual approach to its positioning and promotion in order to obtain certain benefits. With the formation of the international image of the city it connects the history of the building, geographical location, nostalgic nuances of the material basis and based on this, pointing to its uniqueness and originality. A variety of historical and cultural potential always emphasizes the uniqueness of a city. However, current practice shows that not every city has the ability of being noticed cannot differentiate themselves from the others.

In the cultural space of modern Ukraine festivals, in various forms and scales, are becoming more common. Festivals play a big role in spreading the image of Ukraine worldwide. They are held once a year and some of them twice a year. The events require significant resources and are time-consuming. But the pleasure derived from them cannot be compared to anything else. To organize festivals both domestic and foreign sponsors are attracted.

The resources used in the festivals encourage a big number of tourists whose travel motivation is the cultural life of the city, a unique natural phenomenon.

One method of promotional activities in the field of tourism is festivals and their popularization.

There are such kinds of festivals that are popular in Ukraine today:

– Ethnic festivals include ethnic music programme direction, as well as a variety of games, master — classes, readings, fairs. The most famous Ukrainian ethnic festivals are Country Dreams Sheshori, Etnovyv.

– Gastronomic festival has in its programme preparation and tasting of national dishes. The western part of Ukraine leads in the number of culinary events, where almost every month a gastronomic festival is held. In addition, the guests are invited to take some cooking classes.

– Festival of historical reconstruction is dedicated to the holidays or anniversaries' celebrations of important historical events and takes place where the event took place. The historical reconstruction festival often includes various competitions and contests — fencing, archery or crossbow, massive battles, competition for the most authentic uniform. These festivals attract not only foreign tourists but also participants from many countries. The most famous festivals-reconstructions in Ukraine are the Battle of the Nations on the territory of Khotyn fortress and ancient Medzhybizh Terra heroism in Khmelnytsky. Historical reconstruction is a reproduction of historical event through role play. Using archaeological evidence, written and visual sources, reenactors realistically recreate certain scenes from the history of the country (Battle Points, Defence locks), creating an atmosphere of appropriate time.

The main feature of the festival movement in Ukraine was the focus on using of folk traditions. Today Ukraine has a big variety of gastronomic festivals with cooking and tasting dishes of different national cuisines. Every year these festivals are attracting more and more tourists and are one of the most important programmes of rest. Ukrainian national cuisine today is very interesting both for the Ukrainians and for foreigners.

Festival of historical reconstruction is interesting not only for Ukrainian tourists, but also for foreign visitors because Ukrainian history is closely linked with the history of many neighbouring countries.

In Ukraine festivals that are held on the territories of medieval castles and fortresses have their story though a small one. Since 1991 the number of such festivals in Ukraine and their quality has been continually growing and improving. One of the aims of tourism revival is to involve these facilities into a variety of festivals, including historical reconstruction.

The basis of the modern festival events is the use of new technologies combined with organically created thematically unique fusion of various arts. The basic genre festival remains dominant and all other forms of art are to help the implementation of the basic idea of the festival.

The suggested above centres of the festival tourism are very promising. Each of them has some unique characteristics that are interesting both for domestic and international audience. Festivals that are held in these centres are a good resource for the promotion of historical and cultural opportunities for Ukraine.

Thus, we can conclude that the festival is gaining momentum in Ukraine. Each year more and more festivals of different areas are being organized, and the number of participants is increasing.

Keywords: image of the country, image of the town, festival, promotions.