

Прояви та форми конкурсно-фестивальної комунікації Manifestations and Forms of the Communication on Competitions and Festivals

ОЛЕНА ІВАНОВА

Аспірантка,

Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України,
ivanova.lena.94@gmail.com

OLENA IVANOVA

Postgraduate student,

Modern Art Research Institute of the National Academy of Arts of Ukraine
orcid.org/0000-0002-1856-8038

Анотація. Стаття присвячена дослідженню проявів та форм конкурсно-фестивальної комунікації. Мета статті — розглянути і охарактеризувати явище конкурсно-фестивальної комунікації та визначити її основні прояви й форми. Вихідною настановою дослідження стало положення про те, що фестивалі і конкурси виконують цілий ряд функцій, серед яких більшість дослідників вирізняють комунікаційну функцію як основну. Дослідження проводилося шляхом збирання джерельної бази з обраної проблематики — підбору наукових статей, дисертацій, монографій, а також здійснення власних спостережень за організацією і проведенням різних конкурсів та фестивалів. Наступним кроком був аналіз підібраної літератури на предмет виявлення ступеня дослідженості явища конкурсно-фестивальної комунікації, опису її проявів і форм, з врахуванням особистого досвіду участі авторки у організації та проведенні конкурсів і фестивалів. Підсумком дослідження стало узагальнення результатів проведеного аналізу і, зокрема, класифікація всіх спостережених проявів і форм конкурсно-фестивальної комунікації.

Ключові слова: конкурсно-фестивальна комунікація, кількість учасників комунікації, статус учасників комунікації, спосіб комунікації, рівень комунікації, місце комунікації.

Постановка проблеми. Конкурс і фестиваль є надзвичайно актуальними формами культури на сучасному етапі розвитку людства. Безумовно, зміст цих форм, їхнє якісне наповнення та значення нині переосмислюються, а вплив на суспільне життя помітно зростає. Це зумовлено цілою низкою причин, починаючи від тенденцій глобалізації, тяжіння культурних форм до різноманітних синтезів, іноді навіть досить несподіваних, — і аж до викликів, які постають перед культурними спільнотами у зв'язку з пандемією COVID-19. Особливу роль конкурси і фестивалі відіграють у вирішенні проблем культурного розвитку територіальних громад невеликих міст, оскільки стають нагодою для їхніх мешканців долучитися до мистецтва, дають змогу учасникам і гостям ознайомитись з історико-культурними особливостями того чи іншого регіону.

Фестивалі і конкурси виконують цілий ряд функцій: творчу, соціальну, пізнавальну, інформаційну, рекреаційну, розважальну, ціннісно-орієнтувальну, просвітницьку, естетичну, рефлексійну, регуляційну, виховну, навчальну, релаксійно-естетичну, ігрову, історичну, інтеграційну, креативно-презентаційну, а також функції культурної пам'яті, міжкультурного діалогу, карнавалізації свідомості, збереження та популяризації культурних надбань, соціалізації, трансляції культурних цінностей і смислів та інші.

Однією із головних функцій конкурсів і фестивалів є комунікативна. Вона включає різні види комунікації — між глядачами, слухачами, артистами, організаторами тощо. У цьому відношенні фестиваль і конкурси представляють собою унікальний зразок різнорівневого спілкування, відкривають можливості для ефективної міжкультурної

комунікації, в результаті якої досягається розуміння між людьми як представниками різних культур і цілими співтовариствами.

Природно, що акцентуація у суспільній свідомості таких форм культури, як конкурси і фестивалі, породжує необхідність та актуальність їхнього дослідження у всьому багатстві проявів і форм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливе значення в контексті дослідження зазначеної проблематики належить працям, що у тих чи інших аспектах розкривають властивості комунікативної функції конкурсів і фестивалів. До таких відносимо дисертацію Катерини Резнікової «Фестиваль мистецтв як синтетичний художній простір», в якій фестиваль розглянуто як «крупну художню подію, що функціонує за законами художнього комунікаційного видовища» [23], дисертацію Євгенії Федіни «Бієнале і фестивалі як форма актуалізації сучасного мистецтва: на прикладі проєктів Фонду „Сучасна графіка”» [27], в якій феномен фестивалю осмислено як особливий тип художньо-комунікативного видовища, дисертацію Олени Широкової «Музичний фестиваль в діалозі культур», де фестиваль досліджено як «специфічний вид соціально-культурного діалогу, що реалізується у формах творчої комунікації на основі плюралізму і рівноправності його учасників» [30, с. 7].

Важливим внеском у осмислення соціально-культурних та комунікаційних функцій фестивалю є результати статей Олени Паксіної «Соціокультурні функції фестивалю мистецтв та «Феномен діалогічності в просторі художнього фестивалю» [20; 21], в яких фестиваль розглянуто як своєрідну соціально практичну і художньо-символічну модель культурного діалогу та «особливу можливість культурного обміну» [20], стаття О. Гнесь «Місце фестивальної культури в сучасному світі» [5], в якій приділено увагу комунікаційним аспектам фестивального руху, стаття Галини Тіхомірової «Фестиваль як форма соціально-культурної діяльності» [24], присвячена проблематиці соціокультурних контактів в умовах глобалізації.

Необхідно відзначити, що дослідження комунікаційної функції конкурсів і фестивалів більшою

чи меншою мірою заторкнуто у цілому ряді праць. У частині з них вона знаходиться у фокусі предмета дослідження. До таких досліджень можна віднести вже згадану статтю Олени Паксіної «Соціокультурні функції фестивалю мистецтв», де дослідниця розглядає такі функції фестивалю, як функція міжкультурної комунікації, регулювання культурної політики, соціалізації, трансляції культурних цінностей, релаксійно-естетичну, рефлексивну, ігрову, історичну та інтеграційну. За словами дослідниці, реалізуючись в соціокультурному просторі, фестиваль набуває статусу міжнародної культурної зустрічі, під час якої відбувається масштабний культурний обмін і творчі взаємовпливи [20]. Як зразок різнорівневого спілкування, що задовольняє потреби людей в зміні видів діяльності, феномен фестивалю розглянуто Галиною Кулічкіною у статті «Фестиваль як форма міжкультурної комунікації в умовах поліетнічного регіону» [10].

Соціотерапевтичну функцію фестивалів висвітлено у статті Роса Деррета «How Festivals Nurture Resilience in Regional Communities Paradigms of Analysis» [32], рекламну функцію фестивалю як візитки тієї чи іншої місцевості — у статті Е. Вуда та Р. Томаса «International Perspectives of Festivals and Events Paradigms of Analysis» [33].

Питання внутрішньої і зовнішньої комунікації, посткомунікації, рекламної комунікації та комунікаційного поля фестивалю розкрито у статті Дарії Олефір «Фестивальний рух у Європі: комунікаційні аспекти» [18], аспекти міжособистісної, особистісно-групової, міжгрупової, міжкультурної, вербальної і невербальної комунікації, що реалізуються як на спеціалізованому рівні, так і на рівні повсякденної культури, проаналізовано у статті Віри Аксьонової «Міжкультурна комунікація як системоутворюючий фактор сучасної інформаційної культури: теоретико-методологічний контекст» [1].

Важливою з точки зору вивчення соціокультурних функцій фестивалю є стаття Інесси Тропініної «Соціально-культурні функції художніх фестивалів в м. Волгограді» [25], де авторка осмислює явище фестивалю як поле зустрічі, комунікації, спільної

діяльності, співучасті, форуму тощо. Вона зазначає, що фестивалі можуть створювати можливість для розвитку міського середовища, формувати його новий образ для місцевих мешканців та гостей міста, покращувати якість комунікації між різними соціальними групами, виконувати роль провідника нових культурних смислів, сприяти самовизначенню особистості тощо.

Необхідно також зауважити, що в тій частині досліджень конкурсно-фестивального руху, в якій комунікативні аспекти не винесені у список основних дослідницьких завдань, вони так чи інакше, виходячи з їхньої важливості, заторкуються по ходу осмислення основної проблематики, складаючи, таким чином, значну частину ареалу об'єкту дослідження (П. Ніколаєва, «Семіотика фестивалю як форми святкової культури» [17]; М. Швед, «Тенденції розвитку міжнародних фестивалів сучасної музики на новому етапі (1990–2005 рр.)» [29]; К. Широкова, «Феномен музичного фестивалю в контексті культурної комунікації» [31]; О. Пономаренко, «Музичні фестивалі у системі культурного життя Італії» [22], І. Бермес, «Організаційні засади музичного фестивального руху в Україні» [3]).

Ще у ряді досліджень комунікативні аспекти, хоча й не розглядаються спеціально, все ж таки покладені в основу теоретико-методологічного підходу. Олександр Меньшиков в роботі «Фестиваль як соціокультурний феномен сучасного театрального процесу», наприклад, виходить з того, що однією з головних ознак фестивалю є його роль як специфічного комунікативного каналу [13; 14]. Цієї ж думки дотримується і Сергій Зуєв в своєму дослідженні «Сучасний культурний простір та семіотика музичного фестивалю (на матеріалах Харкова)» [9].

У ряді інших праць комунікативні аспекти конкурсно-фестивального руху з'являються опосередковано, в цілому засвідчуючи суголосність позицій представників наукової спільноти в цьому питанні (А. Фурдичко, «Етнофестивальний розквіт кінця ХХ – початку ХХІ ст. як невідмінна складова фольклорного руху України» [28]; К. Дубінкіна,

«Розробка концепції вуличних мистецтв як інструмент посилення привабливості сучасного міста» [6]; Ю. Москвічова, «Фестивально-конкурсний рух на Вінничині: динаміка розвитку» [16]; А. Ловкова «Музичний фестиваль в контексті сучасної культури» [12]).

Загалом, аналіз наукових джерел, присвячених питанням конкурсно-фестивального руху, демонструє, що фактично не існує жодної такої праці, де б комунікативні функції не були би висвітлені хоча б побіжно, хоча б в якомусь одному ракурсі, що засвідчує їхнє першорядне значення для таких подій, як конкурс і фестиваль.

Мета статті — розглянути і охарактеризувати явище конкурсно-фестивальної комунікації та визначити її основні прояви й форми.

Виклад основного матеріалу. Як можна зробити висновок із вищезазначеного, комунікативна функція є однією з головних у конкурсно-фестивальному русі, а її реалізація здійснюється за рахунок численних проявів і форм. Розглянемо основні з них, що задіяні у широкому контексті багатоманітної конкурсно-фестивальної діяльності.

Як зазначає Поліна Ніколаєва, фестиваль як міжкультурний форум служить засобом врівноваження процесів інтеграції та диференціації як на локальному, так і на міжнародному рівні, що досягається мовами міжкультурних архетипів і символів та знаково-символічними мовами локальних культур. «Представляючи собою форму глибокої рефлексії, що здійснюється суб'єктом за допомогою масового міжкультурного спілкування і дає змогу усвідомити себе як частину реального світу, фестиваль постає одним з дієвих засобів, що забезпечує досягнення пошукуваного балансу між процесами інтеграції і диференціації в суспільстві» [17, с. 9]. За словами дослідниці, фестиваль синтезував у собі функціональні елементи прадавніх свят спогадів і свят перетворень. Адже, з одного боку, фестивалі реалізують функцію культурної пам'яті, апелюючи до історичних подій, релігійно-міфологічних традицій, до видатних діячів минулого. З іншого, фестиваль виступає засобом перетворення навколишнього світу,

зокрема пропагує ідеї культурної рівності, естетичної й екологічної культури, сприяє психологічному відновленню його учасників.

Серед функцій сучасного фестивалю — потреба в означенні руху часу, зміні пір року, життєвих циклів, що є одним з головних завдань традиційного святкового календаря, та регуляційна функція, що задовольняє психологічну потребу людини в зміні станів (людина підсвідомо пов'язує прихід свята з відродженням певного ідеального світу, в якому можна почати все спочатку, забувши про все погане, що було до свята). Функція карнавалізації свідомості, пов'язана з регуляційною функцією, створює необхідну для свята атмосферу, забезпечує організацію цілого комплексу соціально важливих функцій за допомогою таких засобів, як «перевертання» світу цінностей, звільнення, перебирання, особливий святковий сміх.

Фестивалі дають змогу привернути увагу широкої аудиторії до того чи іншого мистецького продукту, об'єднують виконавців та сприяють комунікації виконавських сил, сприяють розвитку музичної інфраструктури міста чи регіону. Характерною рисою фестивалів є наявність одухотвореної, піднесеної атмосфери. Андрій Фурдичко, зокрема, зазначає, що фестивалі сприяють творчому збагаченню і взаємообміну колективів, збереженню та популяризації культурних надбань, виконують виховну та навчальну функцію тощо. Фестивалі вирішують ряд проблем взаємодії сучасного мистецтва і соціального середовища, «використовуючи комплексну систему опосередкованих, віртуальних форм презентації сучасного мистецтва і безпосереднє спілкування як з глядачами, так і з учасниками виставкових проєктів, за допомогою чого відбувається безпосередня взаємодія всіх елементів системи «твір — художник — глядач» [28].

Олена Паксіна стверджує, що фестиваль виявляє різноспрямовану дію і здійснює вплив не лише на сферу міжкультурних контактів, але й на рівень розвитку окремих співтовариств і конкретної особистості. Серед соціокультурних функцій фестивалю, на її думку, — функції міжкультурної

комунікації, регулювання культурної політики (нормативно-регламентуюча), соціалізації, трансляції культурних цінностей, релаксійно-естетична, рефлексивна, ігрова, історична, інтеграційна. Функції фестивалю як феномена культури визначають його сутність як «незвичайної події, що поєднує в собі закони культурної комунікації, рефлексії, можливість співтворчості, відсутність локальності, наявність вивіреної стратегії проведення і глядацької аудиторії» [20]. Як багатофункціональна структура фестиваль конструює своєрідне культурне середовище з власними законами та соціальною активністю, суміщенням реалій сучасності й історичних традицій.

Сергій Зуєв однією з головних ознак фестивалю називає його роль як специфічного комунікативного каналу, в межах якого відбуваються процеси ідентифікації людини, в тому числі й за територіальною ознакою. За словами С. Зуєва, простір фестивалю утворюється за принципом сакрального кола, а публіка, що потрапляє до нього, набуває статусу «справжніх цінителів мистецтва». На думку науковця, важливими завданнями, що покладаються на сучасні фестивалі, постають «усунення кордонів» та налагодження культурних зв'язків. Фестиваль виконує також семіотичні функції «свята», «душі» міста та його репрезентатора [9, с. 14]. Сенси і форми фестивалю нерозривно пов'язані з культурою міста, в якому він відбувається. Цей обмін є взаємним.

Анна Морозова відзначає просвітницьку, комунікативну, виховну, розважальну функції фестивалів [15]. За словами Олександра Литовки, фестивалі — це «не тільки свято і насолода, але й своєрідний механізм регулювання та корекції естетичних смаків, поглядів, формування нових ідеалів, перевірка практикою новацій, визначення пріоритетів і пошук неторованих шляхів розвитку мистецтва та культури» [11, с. 112].

Вивчення фестивалів, згідно твердження І. Тропініної, є важливим на шляху дослідження особливостей міського культурного середовища. Але ж і це питання, по суті, зводиться до проблематики комунікації, оскільки ідеальний фестиваль

мислиться як поле зустрічі, комунікації, спільної діяльності, співучасті, форуму для містян. Ще один аспект дослідження фестивалю присвячений ролі в ньому особистості, що мислиться як «своєрідна культурна ініціація або через глядацький або через організаторський досвід» [25, с. 11]. Ініціація фестивалем — це вступ в певне культурне середовище, не тільки професійне, але власне міське, з його простором, інфраструктурою, інституціями, культурно-історичними смислами, прагнення утвердитися в ньому через власний творчий акт. Вибір міського, а не професійного середовища для самореалізації в умовах сучасної, нелінійної культури є жорстким вибором, більше зорієнтованим на історію і місце, ніж на особистісну користь, професійне зростання і самореалізацію. Такий вибір, за словами І. Тропініної, може бути здійсненим людиною, що володіє психотипом старої парадигми культури, з її просвітницькими «амбіціями», приматом особистості, наявністю *genius loci*, вкоріненістю, історичністю тощо.

Фестивалі можуть відігравати дуже важливу роль у місцевих співтовариствах, що виходять за рамки задоволення і естетики, а саме — створювати можливості для локальних процесів розвитку і відбудови міського середовища, стимулювання творчих вливань, планування заходів, які можуть вплинути на процеси відбудови в короткотерміновій та довготерміновій перспективі. Фестиваль дає можливість мешканцям міста по-новому, з іншої точки зору поглянути на місце, де вони живуть, і це може покращити якість комунікації між різними соціальними, етнічними, віковими і культурними групами.

Художній фестиваль виступає провідником нових культурних цінностей і смислів, може брати участь у формуванні мікрогруп і товариств, самовизначенні особистості, її «ініціації» в культурному середовищі. Дуже тісним може бути зв'язок фестивалю з містом і його структурними елементами і соціальними характеристиками. Зв'язок таких елементів — особистісних і мікрогрупових ціннісних інтенцій, стратегії міського розвитку і культурної політики, потреб суспільства і локальних

співтовариств, соціальна активність міських еліт — є значущою для розвитку фестивального руху.

Фестиваль сприяє демократизації і динаміці культурних процесів, розвитку багатоманітності форм культурної діяльності. Панорама фестивалів в сучасній музичній культурі підтверджує значущість, актуальність і затребуваність фестивалю як форми культурного розвитку. Фестивалі приносять фінансові надходження містам і регіонам, формують імідж і виступають культурним брендом тієї чи іншої географічної локації, розширюють і збагачують національний та світовий культурний простір, відіграють роль важливої складової соціокультурного ландшафту [2].

Рос Деррет наполягає на тому, що процес підготовки фестивалю «дає локальному співтовариству ключ для вирішення його власних проблем, оскільки надійна фестивальна культура є життєво важливою для мінімізації вразливості спільноти періоду криз» [32, с. 107]. Е. Вуд і Р. Томас відзначають, що в епоху конкуренції міст, боротьби регіонів за відвідувачів і туристів, особи, відповідальні за культурну політику, вбачають у створенні фестивальних програм необхідність всіляко підкреслювати місцеву самобутність, передбачаючи і враховуючи те, що і яким чином програма фестивалю може сказати відвідувачам про це місце і цей край [33]. Григорій Тульчинський зазначає, що роль будь-якого фестивалю полягає, передусім, в розвитку і просуванні виду діяльності, представленого на цьому проекті [26].

До очікуваних результатів від реалізації завдань фестивалю належать долучення широкої громадськості до культурного життя міста і регіону, популяризація того чи іншого виду мистецтва, підвищення рівня культури містян і гостей міста, демонстрація і просування молодих і талановитих представників того чи іншого виду мистецтва, організація затребуваного і прибуткового проекту фестивалю, формування нових контактів для подальшої співпраці, організація культурного дозвілля цільової аудиторії, реалізація творчого потенціалу діячів того чи іншого виду мистецтва, створення унікального середовища спілкування

як професіоналів, так і любителів того чи іншого виду мистецтва [6, с. 142]. Інтереси зацікавлених сторін проекту при цьому полягають у наступному: для учасників фестивалю — у можливості спілкування з подібними собі людьми, розвитку творчих здібностей, прилучення до предмету діяльності, представленої на фестивалі; для волонтерів фестивалю — у саморозвитку і самореалізації культурної, творчої і соціальної складових особистості, можливості долучення до сучасного мистецтва; для закладів культури — у представленні закладу як соціально і творчо орієнтованої організації, PR закладу; для спонсорів — у представленні компанії як соціально і творчо орієнтованої організації, PR компанії, можливості розміщення рекламних матеріалів на майданчику проекту, флаерах, афішах або подачі комерційних пропозицій закладам-учасникам проекту; гостям фестивалю — участь в незвичайному соціально-культурному проєкті, можливості спілкування з творчим співтовариством в культурно-розважальному проєкті; ЗМІ — висвітлення події в культурному і соціальному житті міста.

Функції фестивалів залежать від багатьох факторів — тематики, цілей фестивалю, масштабів залученої аудиторії. Серед функцій фестивалю можна виділити креативно-презентаційну (народження нових ідей, нових спільних проєктів), обміну інформацією та досвідом, освітньо-розвиваючу (майстер-класи), рекреаційну (проведення дозвілля), релаксаційну (відпочинкову). На думку М. Шведа, серед функцій фестивалів — популяризація нової музики, комунікація креативних еліт, продюсування через систему замовлення творів фестивалем, репрезентація творів автора, пропагування нових та забутих імен [29]. Проте, як зазначає Д. Зубенко, одну з головних своїх функцій — комунікативну — фестиваль виконує в будь-якому випадку [8]. Сюди належать різні види комунікації між глядачами, слухачами, особливо якщо фестиваль має міжнародний статус, а також — комунікативна взаємодія артиста і глядача, що дає змогу в різних формах долучитися до фестивального дійства. Юлія Москвічова, зокрема, зазначає,

що «кожен фестиваль виконує водночас майже всі функції, але існує певна перевага тої чи іншої функції в окремому фестивалі та в певному часовому періоді» [16, с. 195].

Вже на ранньому етапі розвитку фестивальної культури однією із головних функцій фестивалю була комунікативна. «Прототестивалі» служили платформою для обміну думками, новинами, творчими досягненнями, місцем здійснення торговельних угод та самопрезентації творчих особистостей. Ефективною була посткомунікація та рекламна комунікація. Слава олімпійських переможців, наприклад, поширювалась далеко за межі місця змагання. А реклама майбутнього дійства мала форму усного повідомлення, листів на папірусі, настінних афіш тощо.

Поліна Ніколаєва зазначала: «Будучи невід'ємною частиною культури як знаково-комунікативної системи, фестиваль представляє собою унікальний зразок різнорівневого спілкування, відкриває можливості для ефективної міжкультурної комунікації, в результаті якої досягається розуміння між людьми як представниками різних культур, цілими співтовариствами, різниця між якими носить, наприклад, соціальний, професійний, віковий етнічний і інший характер» [17, с. 3]. Вивчення фестивалю з точки зору семантики продемонструвало, що в його рамках відбувається одночасна актуалізація різних типів інформації, яка отримується ззовні і виникає всередині. Актуалізуються дві комунікативні моделі: «Я — Він» і «Я — Я». У цілому, на рівні інформації, отриманої ззовні, семантика фестивалю пов'язується з думкою про безмежність і багатоманітність проявів людського таланту. Стосовно інформації зсередини, то семантика фестивалю представляється усвідомленою взаємодією особистості з іншим людьми, в процесі чого відбувається перехід від інтересів і намірів інших людей до розуміння самого себе.

Вивченню явищ фестивалю і конкурсу у комунікативному аспекті приділяють увагу науковці різних шкіл. Патріс Паві, зокрема, визначив фестиваль як унікальний канал комунікації, зазначаючи,

що він є «супровідною формою свята» [19, с. 559]. Дослідник вказував, що сучасні фестивалі успадкували від стародавніх традиційних церемоній (діонісійські, ленейські та інші) певну святковість та особливий характер офіційності. Першочерговими завданнями фестивалів, на його думку, є надання публіці змоги побачити в одному місці та в один час нові творчі акції, відкрити для себе новаторські тенденції й експерименти, зустрітися з творчими діячами та аматорами, забезпечити потребу мати час та місце для періодичних зустрічей учасників, щоб тримати руку на пульсі мистецького життя, відчуваючи приналежність до інтелектуальної і духовної спільноти. К. Жигульський обґрунтував значення фестивалю як «штучного замітника свята» [7], Ж. Боже-Гарн'є та Ж. Шабо вважали головною функцією фестивалю функцію культурного центру, здатного приваблювати численних відвідувачів і сприяти розвитку інфраструктури [4].

Дослідження музичного фестивалю як специфічної форми міжкультурної комунікації здійснила Олена Широкова у дисертації «Музичний фестиваль в діалозі культур». Дослідниця зазначила, що останнім часом все частіше фестиваль стає однією з основних форм контактів виконавців і слухачької аудиторії [30]. Здійснюючи культурологічний аналіз фестивалю з позиції діалогу культур, вона виявила такі ключові характеристики музичного фестивалю, як діалогізм, багатосуб'єктність стосунків, поліцентричність, плюралізм, демократичність, ігрову атмосферу, видовищність тощо.

Дослідження прагматики фестивалю привело до висновку, що поряд з вербальними, візуальними і аудіальними знаками-символами роль активатора функцій комунікації виконують такі елементи системи, як знакова фігура, знакова ситуація, знакова поведінка, імідж. Роль семіотичного впливу фестивалю значно підвищують різні види ЗМІ. Олена Пономаренко наголошує, що фестивалізація є «симптомом сучасності з характерним для неї зростанням комунікативних відносин» [22, с. 70], а фестиваль, крім всього іншого, виконує соціально-екологічну функцію, оскільки

«нівелює протиріччя суспільства сьогодення, несе позитивну енергію та активно протистоїть різним соціальним негативам» [22, с. 70].

Комунікаційні аспекти фестивалю розглянула Ірина Бермес, описуючи фестивальне дійство як «територію творчої комунікації, своєрідний дискусійний клуб для музикантів» [3, с. 199], та Олександр Меньшиков, зазначивши, що фестиваль — це «унікальний комунікаційний канал, здатний до встановлення та підтримки реальних суспільних та художньо-творчих зв'язків» [13, с. 2] та комплекс взаємостосунків в системі «фестиваль-глядач» в умовах ринку (Customer Relationship Management).

Дослідженню комунікативної функції фестивалю значну увагу приділила Олена Паксіна. За словами дослідниці, реалізуючись в соціокультурному просторі, фестиваль набуває статусу міжнародної культурної зустрічі, під час якої відбувається масштабний культурний обмін і творчий взаємовплив, що проявляється різноманітними формами культурної співпраці і продукування культурних цінностей [20; 21]. У процесі проведення міжнародного фестивалю формується дуже тонкий зв'язок — культурна рефлексія, що дає змогу проаналізувати і порівняти особливості мистецтв різних країн, результатом якої може бути поява нової культурної сфери. У цьому відношенні фестиваль виступає середовищем і стимулом конструювання нових культурних цінностей.

Як зразок різнорівневого спілкування, що задовольняє потреби людей в зміні видів діяльності, розглянула фестиваль Галина Кулічкіна. За її словами, як невід'ємна частина сучасної культури фестиваль відкриває значні можливості ефективної міжкультурної комунікації, в результаті якої налагоджуються контакти і поглиблюється взаєморозуміння між представниками різних культур [10]. Як форма глибокої рефлексії, він постає одним із засобів, що забезпечує баланс між інтеграцією і дезінтеграцією в суспільстві. Специфіка фестивальної комунікації, багатогранність і багаторівневність її структури, опора на художньо-публіцистичні засоби вираження приводять

до використання фестивалю як форми міжнаціональної культурної комунікації.

Розглянувши фестиваль в системі культурної комунікації, осмисливши його як соціально-практичну і художню модель діалогу в сучасній культурі, Олена Широкова наголосила, що особлива роль фестивалю як явища комунікаційного порядку зумовлена його змістовим плюралізмом, смисловою неоднорідністю, створеною складними стосунками сукупності текстів, ідеологій, цінностей, суджень. Вона констатувала, що культурний простір охоплено всезагальною тенденцією фестивального руху, який виконує роль засобу взаємодії і діалогу людей, способу соціально-практичного і художньо-символічного обміну накопиченими ідеями, інтеграції світоглядного і творчого досвіду [30]. Прийшовши до висновку, що в просторі міжособистісних стосунків фестиваль виступає в ролі затребуваної форми і механізму культурної комунікації, яка стає основою діалогу в різних видах культурної творчості, дослідниця наголосила, що завдяки діалогічній структурі і багатосуб'єктності стосунків, поліцентричності, плюралізму і демократичності фестиваль набуває властивостей творчої лабораторії. В його рамках відкриваються широкі можливості для експерименту, динамічного розвитку і еволюції форм, видів і технологій творчості, обміну ідеями, створення нових культурних цінностей. В контексті соціальних стосунків фестиваль виступає медіатором діалогу суспільства і творця. У просторі фестивалю актуалізуються нові культурні проекти, репрезентуються сучасні творчі стратегії, даючи змогу осмислювати фестиваль як специфічний різновид соціально-культурного діалогу, що реалізується у формі творчої комунікації в умовах плюралізму думок і рівноправності його учасників.

Аналізуючи динаміку розвитку фестивалю протягом останніх десятиріч, Олена Широкова прийшла до висновку, що чим далі, то все більше фестиваль перестає бути лише способом специфічно-музичного творчого самовираження, а з моделі творчого діалогу «трансформується в універсальну форму діалогу всередині культури» [30, с. 12].

У руслі цього процесу фестиваль концертно-музичного типу, з характерними для нього тематичною спрямованістю, програмністю, традиційно усталеними стосунками між виконавцями і публікою, поступається місцем динамічним, відкритим формам спілкування музикантів з використанням різноманітних технологічних ефектів, зокрема, візуальних «партитур» екрану на стіні, творчих зустрічей з виконавцями і композиторами, «круглих столів», «творчих лабораторій», пресконференцій, майстер-класів.

Важливою передумовою діалогічності і комунікативної мобільності сучасного фестивалю постає тип імпровізаційної взаємодії, який сформувався в джазовому виконавстві, але згодом почав використовуватися в різноманітних артакціях — музичних, театральних та інших. Цінність цієї форми проведення фестивалю визначається тим, що в ході такого творчого спілкування виникають нові художні ідеї, які формуються завдяки активному творчому діалогу його учасників. Функція діалогічного спілкування в процесі імпровізаційного музикування є альтернативою концертній практиці, вона близька святково-ігровим видовищам та карнавальним святкуванням Стародавнього Світу, Античності і Середньовіччя. Імпровізаційне музикування засновано на творчому обміні-змаганні, що містить в собі риси гри-імпровізації або гри-композиції і активно використовувалося представниками «третьої течії», що прагнули об'єднати риси класичної композиції і джазової імпровізації.

Більшість дослідників солідарні з думкою про те, що музичний фестиваль належить до явищ комунікативної природи і є результатом міжособистісної і міжкультурної комунікації. У ньому, як у специфічній формі культурного діалогу, на перший план виходить механізм міжособистісної комунікації, стосунків, що виникають між суб'єктами — виконавцями і слухачами/глядачами, які виступають носіями індивідуальних смислів, суджень, інтелектуальних і творчих настанов. Проте в процесі осмислення музичного фестивалю з врахуванням більш широких соціальних взаємодій акцент

переміщається на механізми внутрішньо культурної і міжкультурної комунікації, зокрема, на характер стосунків між індивідами і групами як представниками однієї або кількох культурних спільнот. У цьому відношенні фестиваль виступає однією з форм організації внутрішньо-культурного і міжкультурного творчого обміну. О. Широкова, зокрема, відзначає тенденцію поступового переходу комунікативних процесів фестивалю від внутрішньо культурних до міжкультурних [30]. А вже спочатку фестивальні акції задумувалися як форма і спосіб творчого спілкування представників однієї національної (культурної) спільноти. Їм була притаманна камерність атмосфери, локальність творчих зв'язків між учасниками, визначене стильове і жанрове спрямування.

Осмилюючи фестиваль як відображення загального і особливого в діалозі культур, Поліна Ніколаєва відзначає універсалізацію культури та прискорення комунікації як невід'ємні складові глобалізації інтегративних процесів, що разом із втратою «живого», неопосередкованого діалогу характеризують диференційованість сучасного соціуму [17]. Одним із компенсаторних механізмів, що стимулює виникнення нових форм культури, у цьому випадку постає фестиваль як унікальний зразок багаторівневої комунікації.

Д. Олєфір виділяє наступні рівні фестивальної комунікації: внутрішню комунікацію (між членами оргкомітету); зовнішню комунікацію (з органами влади, із потенційною цільовою аудиторією, фандрейзинг, ЗМІ); унікальне комунікаційне поле (взаємодія артиста і глядача, суспільства та організаторів, спонсорів та цільової аудиторії) [18]. Внутрішня комунікація, за словами дослідниці, характеризується корпоративною культурою, діловою етикою та місією організаторів. На рівні зовнішньої комунікації особливу цінність мають фестивальні атрибути, символіка, традиції, легенди та особистості, що формують інформаційне поле навколо заходу. Як результат взаємодії вказаних рівнів, формується третій — комунікаційне поле фестивалю, в рамках якого у різних напрямках і форматах взаємодіють між собою всі учасники заходу.

Віра Аксьонова пропонує ще інший підхід до класифікації комунікаційних проявів фестивалю: за характером (міжособистісна, особистісно-групова, міжгрупова, міжкультурна та ін.), за формою (вербальна, невербальна) та за рівнем протікання (рівень повсякденної культури або спеціалізований) [1].

Сучасні фестивалі передбачають сучасні методи комунікації, що задіюють інтернет-простір (соціальні мережі, форуми, музичні сайти, месенджери, медіаплатформи та інше). Більшість фестивалів мають сайти, свого роду медіаплатформу, що містить аудіовізуальний контент, інформацію про проведення і учасників фестивалю, контактну інформацію, інформацію про спонсорів і партнерів фестивалю. Відеоконтент фестивалю, як правило, розміщується на персональному каналі відеохостінга YouTube. Комунікативна функція фестивалю реалізується також через соціальні мережі, де є можливість провести дискусію, онлайн-голосування, здійснити обмін думками. Для цього використовуються засоби digital-marketing з використанням брендінгу (логотипа) та всієї аудіовізуальної продукції.

Сучасний фестиваль іноді застосовує нестандартні методи і технології просування, такі як «партизанський маркетинг», вірусне відео (viralvideo), блогінг, спам та інші. Все це зумовлює поліструктурність та поліфонічність сучасного фестивалю, його комунікативну різноманітність та значний культуротворчий потенціал.

Висновки. Здійснивши аналіз досліджень, які розкривають комунікаційну функцію конкурсів і фестивалів, необхідно виокремити такі її прояви і форми.

Отже, за кількістю комунікуючих осіб конкурсно-фестивальна комунікація буває: міжособистісною, особистісно-груповою, міжгруповою (між різними соціальними, етнічними, віковими чи культурними групами).

За статусом учасників комунікації: між артистами і аудиторією, між артистами (персонально), між аудиторією (персонально), між творцями/авторами (креативними елітами), артистами

і аудиторією, автокомунікація («Я — Я») в учасників різних статусів, між організаторами і аудиторією, між спонсорами та організаторами — у різних варіантах і комбінаціях.

За способом комунікації: вербальна, візуальна, аудіальна, символічна, знакова.

За рівнем комунікації: повсякденна, спеціалізована, професійна.

За місцем комунікації: жива, в ЗМІ (газети, журнали, радіо, телебачення), в інтернеті (у соціальних мережах, на форумах, сайтах, месенджерах, медіаплатформах).

У рамках фестивалю відбувається актуалізація різних типів комунікації зовнішньої («Я — Він») та внутрішньої («Я — Я»). Як зразок різнорівневого спілкування фестиваль відкриває значні можливості ефективної міжкультурної комунікації, в результаті якої налагоджуються контакти і поглиблюється взаєморозуміння між представниками різних культур. Як форма глибокої рефлексії він постає одним із засобів, що забезпечує баланс між інтеграцією і дезінтеграцією в суспільстві (Г. Кулічкіна).

Багатство зовнішніх форм комунікації фестивалю включає комунікацію між членами оргкомітету, засобами масової інформації, фандрейзинг, комунікацію з органами влади, із потенційною цільовою аудиторією, взаємодію артиста і глядача, суспільства та організаторів, спонсорів та цільової аудиторії. Як результат вказаної взаємодії формується комунікаційне поле фестивалю, що включає міжособистісні, особистісно-групові, міжгрупові, міжкультурні, вербальні, невербальні форми комунікації, комунікацію на рівні повсякденної культури або ж спеціалізованому рівні (В. Аксьонова).

Конкурсно-фестивальна комунікація відбувається з метою спільної діяльності, обміну інформацією та культурним досвідом, поширення нових культурних цінностей і смислів, формування нових соціальних груп і товариств, задоволення потреби в спілкуванні, пошуку творчих партнерів та однодумців.

Специфіка фестивальної комунікації, багатогранність і багаторівневність її структури створює унікальне комунікаційне поле конкурсу або фестивалю.

Література

1. Аксьонова В. І. Міжкультурна комунікація як системоутворюючий фактор сучасної інформаційної культури: теоретико-методологічний контекст // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2013. Вип. 53. С. 89–100.
2. Барабанов А. А. Музыкальный фестиваль как явление культуры: региональные фестивали в культурной политике России. Culture and Civilization. 2015. № 6. С. 39–54.
3. Бермес І. Організаційні засади музичного фестивального руху в Україні // Мистецтво та життя / ред. І. М. Юдкін та ін. Київ: Ін-т культурології НАМ України, 2016. С. 190–201.
4. Боже-Гарньє Ж., Шабо Ж. Очерки по географии городов / ред. В. В. Покшишевский. Москва: Прогресс, 1967. 424 с.
5. Гнесь А. А. Место фестивальной культуры в современном мире // Идеи и идеалы. 2014. № 20. Т. 2. С. 113–119.
6. Дубинкина Е. А. Разработка концепции фестиваля уличных искусство как инструмента повышения привлекательности современного города // Траектория науки. 2016. № 6 (11). С. 136–144.
7. Жигульский К. Праздник и культура. Праздники старые и новые. Размышления социолога. Москва: Прогресс, 1985. 336 с.

8. Зубенко Д. В. Розвиток фестивального руху в сучасній Україні // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. 2011. № 4 (12). С. 110–114.
9. Зуєв С. П. Сучасний культурний простір та семіотика музичного фестивалю (на матеріалах Харкова): автореф. дис. ... канд. мистецтвознав.: 17.00.01 — Теорія і історія культури. Харків, 2007. 20 с.
10. Куличкина Г. В., Мельникова Н. С. Фестиваль как форма межкультурной коммуникации в условиях полиэтнического региона // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2015. № 3 (43). С. 127–133.
11. Литовка О. Фестивальний рух України періоду її незалежності // Вісник КНУКіМ. Серія: Соціальні комунікації. 2013. Вип. 2. С. 111–115.
12. Ловкова А. Е. Музыкальный фестиваль в контексте современной культуры // Научные дискуссии. 2015. Т. 3. С. 23–30.
13. Меньшиков А. Фестиваль как социокультурный феномен современного театрального процесса: автореф. дис. ... канд. искусствовед.: 17.00.01 — Театральное искусство. Москва, 2004. 18 с.
14. Меньшиков А. Фестиваль как социокультурный феномен современного театрального процесса. Москва: Высшая школа, 2004. 248 с.
15. Морозова А. П. Этнокультурный фестиваль как форма межкультурного взаимодействия: магистерская диссертация: 51.04.01 — Культурология (Проектная деятельность в сфере культуры). Екатеринбург 2017. 84 с.
16. Москвічова Ю. О. Фестивально-конкурсний рух на Вінничині: динаміка розвитку // Культура і сучасність. 2014. № 1. С. 192–197.
17. Николаева П. В. Семіотика фестивалю як форми праздничной культуры: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 — Теория и история культуры; Краснодар. 2010. 22 с.
18. Олефір Д. Фестивальний рух у Європі: комунікаційні аспекти // Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. 2016. Вип. 6. С. 109–114.
19. Паві П. Словник театру. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2006. 640 с.
20. Паксина Е. Б. Социокультурные функции фестиваля искусств // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1 (часть 1). URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18601> (дата обращения: 07.11.2019).
21. Паксина Е. Б. Феномен диалогичности в пространстве художественного фестиваля // Вестник КемГУКИ. 2015. № 32. С. 132–141.
22. Пономаренко О. Ю. Музичні фестивалі у системі культурного життя Італії // Культура і сучасність. 2017. № 1. С. 66–71.
23. Резникова Е. И. Фестиваль искусств как синтетическое художественное пространство: дис. ... канд. искусствовед.: 17.00.09 — Теория и история искусства. Санкт-Петербург. 2006. 186 с.
24. Тихомирова Г. Ю. Фестиваль как форма социально-культурной деятельности // Вестник Таганрогского института им. А. П. Чехова. 2016. С. 242–246.
25. Тропинина И. Г. Социально-культурные функции художественных фестивалей в г. Волгограде // Культурологический журнал. 2015. № 1 (19). С. 1–18.
26. Тульчинский Г. А., Шекова Е. А. Менеджмент в сфере культуры. Санкт-Петербург: Планета музыки, 2007. 384 с.
27. Федина Е. В. Биеннале и фестивали как форма актуализации современного искусства: на примере проектов Фонда «Современная графика»: дис. ... канд. искусствовед.: 17.00.09 — Теория и история искусства. Санкт-Петербург. 2009. 211 с.
28. Фурдичко А. Етнофестивальний розквіт кінця ХХ — початку ХХІ ст. як неодмінна складова

фольклорного руху України // Народознавчі зошити. 2018. № 4 (142). С. 1000–1008.

29. Швед М. Б. Тенденції розвитку міжнародних фестивалів сучасної музики на новому етапі (1990–2005 рр.): автореф. дис. ... канд. мистецтвознав.: 17.00.01 — Теорія і історія культури. Львів, 2005. 19 с.

30. Широкова Е. А. Музыкальный фестиваль в диалоге культур: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 — Теория и история культуры. Санкт-Петербург, 2013. 22 с.

31. Широкова Е. А. Феномен музыкального фестиваля в контексте культурной коммуникации // Мир науки, культуры, образования. 2011. № 6 (31). С. 179–181.

32. Derret R. How Festivals Nurture Resilience in Regional Communities Paradigms of Analysis // Advances in Tourism Research. 2009. Vol. 2. P. 107–124.

33. Wood E., Thomas Rh. International Perspectives of Festivals and Events Paradigms of Analysis // Advances in Tourism Research. 2009. Vol. 2. P. 149–158.

References

1. Aks`onova V. I. Mizhkul`turna komunikaciya yak sy`stemoutvoryuyuchy`j faktor suchasnoyi informacijnoyi kul`tury`: teorety`ko-metodologichny`j kontekst // Gumanitarny`j visny`k Zaporiz`koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi. 2013. Vy`p. 53. S. 89–100.

2. Barabanov A. A. Muzykalnyiy festival kak yavlenie kul'turyi: regionalnyie festivali v kul'turnoy politike Rossii. Culture and Civilization. 2015. # 6. S. 39.

3. Bermes I. Organizacijni zasady` muzy`chnogo festy`val`nogo ruxu v Ukraini // My`stecztvo ta zhy`ttya / red. I. M. Yudkin ta in. Ky`yiv: In-t kul`turologiyi NAM Ukrainy`, 2016. S. 190–201.

4. Bozhe-Garne Zh., Shabo Zh. Ocherki po geografii gorodov / red. V. V. Pokshishevskiy. Moskva: Progress, 1967. 424 s.

5. Gnes A. A. Mesto festivalnoy kul'turyi v sovremennom mire // Idei i idealyi. 2014. # 20. T. 2. S. 113.

6. Dubinkina E. A. Razrabotka kontseptsii festivalya ulichnyih iskusstvo kak instrumenta povysheniya privlekatelnosti sovremennoho goroda // Traektoriya nauki. 2016. # 6 (11). S. 136.

7. Zhigulskiy K. Prazdnik i kultura. Prazdniki staryie i novyie. Razmyshleniya sotsiologa. Moskva: Progress, 1985. 336 s.

8. Zubenko D. V. Rozvy`tok festy`val`nogo ruxu v suchasnij Ukraini // Visny`k NTUU «KPI». Politologiya. Sociologiya. Pravo. 2011. # 4 (12). S. 110–114.

9. Zuyev S. P. Suchasny`j kul`turny`j prostir ta semioty`ka muzy`chnogo festy`valu (na materialax Xarkova): avtoref. dy`s. ... kand. my`stecztvoznnav.: 17.00.01 — Teoriya i istoriya kul`tury`. Xarkiv, 2007. 20 s.

10. Kulichkina G. V., Melnikova N. S. Festival kak forma mezhkulturnoy kommunikatsii v usloviyah polietnicheskogo regiona // Vestnik Chelyabinskoy gosudarstvennoy akademii kul'turyi i iskusstv. 2015. # 3 (43). S. 127.

11. Ly`tovka O. Festy`val`ny`j rux Ukrainy`n` periodu yiyi nezalezhnosti // Visny`k KNUKiM. Seriya: Social`ni komunikaciyi. 2013. Vy`p. 2. S. 111–115.

12. Kulichkina G. V., Melnikova N. S. Festival kak forma mezhkulturnoy kommunikatsii v usloviyah polietnicheskogo regiona // Vestnik Chelyabinskoy gosudarstvennoy akademii kul'turyi i iskusstv. 2015. # 3 (43). S. 127.

13. Menshikov A. Festival kak sotsiokulturnyy fenomen sovremennogo teatralnogo protsessa: avtoref. dis. ... kand. iskusstvoved.: 17.00.01 — Teatralnoe iskusstvo. Moskva, 2004. 18 s.
14. Menshikov A. Festival kak sotsiokulturnyy fenomen sovremennogo teatralnogo protsessa. Moskva: Vysshaya shkola, 2004. 248 s.
15. Morozova A. P. Etnokulturnyy festival kak forma mezhekulturnogo vzaimodeystviya: magisterskaya dissertatsiya: 51.04.01 — Kulturologiya (Proektnaya deyatel'nost' v sfere kul'tury). Ekaterinburg 2017. 84 s.
16. Moskvichova Yu. O. Festy`val`no-konkursny`j rux na Vinny`chy`ni: dy`namika rozvy`tku // Kul`tura i suchasnist`. 2014. # 1. S. 192–197.
17. Nikolaeva P. V. Semiotika festivala kak formy prazdnichnoy kul'tury: avtoref. dis. ... kand. kulturologii: 24.00.01 — Teoriya i istoriya kul'tury; Krasnodar. 2010. 22 s.
18. Olefir D. Festy`val`ny`j rux u Yevropi: komunikacijni aspekty` // Masova komunikaciya u global`nomu ta nacional`nomu vy`mirax. 2016. Vy`p. 6. S. 109–114.
19. Pavi P. Slozny`k teatru. L`viv: LNU im. I. Franka, 2006. 640 s.
20. Paksina E. B. Sotsiokulturnye funktsii festivala iskusstv // Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya. 2015. # 1 (chast 1). URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18601> (last accessed: 07.11.2019).
21. Paksina E. B. Fenomen dialogichnosti v prostranstve hudozhestvennogo festivala // Vestnik KemGUKI. 2015. # 32. S. 132.
22. Ponomarenko O. Yu. Muzy`chni festy`vali u sy`stemi kul`turnogo zhy`t'tya Italiyi // Kul`tura i suchasnist`. 2017. # 1. S. 66–71.
23. Reznikova E. I. Festival iskusstv kak sinteticheskoe hudozhestvennoe prostranstvo: dis. ... kand. iskusstvoved.: 17.00.09 — Teoriya i istoriya iskusstva. Sankt-Peterburg. 2006. 186 s.
24. Tihomirova G. Yu. Festival kak forma sotsialno-kulturnoy deyatel'nosti // Vestnik Taganrogs'kogo instituta im. A. P. Chehova. 2016. S. 242.
25. Tropinina I. G. Sotsialno-kulturnye funktsii hudozhestvennykh festivalov v g. Volgograde // Kulturologicheskii zhurnal. 2015. # 1 (19). S. 1.
26. Tulchinskiy G. L., Shekova E. L. Menedzhment v sfere kul'tury. Sankt-Peterburg: Planeta muzyki, 2007. 384 s.
27. Fedina E. V. Biennale i festivali kak forma aktualizatsii sovremennogo iskusstva: na primere proektov Fonda «Sovremennaya grafika»: dis. ... kand. iskusstvoved.: 17.00.09 — Teoriya i istoriya iskusstva. Sankt-Peterburg. 2009. 211 s.
28. Furdy`chko A. Etnofesty`val`ny`j rozkvit kincy XX — pochatku XXI st. yak neodminna skladova fol`klornogo ruxu Ukrayiny` // Narodoznavchi zoshy`ty`. 2018. # 4 (142). S. 1000–1008.
29. Shved M. B. Tendenciya rozvy`tku mizhnarodny`x festy`valiv suchasnoy muzy`ky` na novomu etapi (1990–2005 rr.): avtoref. dy`s. ... kand. my`stecztvoznav.: 17.00.01 — Teoriya i istoriya kul`tury`. L`viv, 2005. 19 s.
30. Shirokova E. A. Muzykalnyy festival v dialoge kultur: avtoref. dis. ... kand. kulturologii: 24.00.01 — Teoriya i istoriya kul'tury. Sankt-Peterburg, 2013. 22 s.
31. Shirokova E. A. Fenomen muzykal'nogo festivala v kontekste kulturnoy kommunikatsii // Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya. 2011. # 6 (31). S. 179.
32. Derret R. How Festivals Nurture Resilience in Regional Communities Paradigms of Analysis // Advances in Tourism Research. 2009. Vol. 2. P. 107–124.
33. Wood E., Thomas Rh. International Perspectives of Festivals and Events Paradigms of Analysis // Advances in Tourism Research. 2009. Vol. 2. P. 149–158.

Ivanova O. O. Manifestations and Forms of the Communication on Competitions and Festivals

Abstract. The paper researches manifestations and forms of the communication of competitions and festivals. The purpose of this research is to consider and characterize the phenomenon of the communication of competitions and festivals and to determine its main manifestations and forms. The initial guideline of the study was the statement that festivals and competitions perform many of functions, but most researchers distinguish the communication function as the main one. The research was held by collecting a source base on select issues. Author selected scientific papers, dissertations, monographs, as well as held her own observations of various competition-festivals organization. The next step is to analyze the selected literature. Author identified the degree of elect issues study, in particular, the phenomenon of the communication in competitions and festivals, its manifestations and forms etc. Author took into account her own experience in organization and holding of competitions and festivals too. As a result the paper the original classification of all observed manifestations and forms of the communication on competitions and festivals.

Keywords: competition-festival communication, number of communication participants, status of communication participants, method of communication, level of communication, place of communication.