

KARELIA

СВС // Проект ПС



БОЛЬШАЯ МУЗЫКА
ДЛЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ

проект КА9031

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ФЕСТИВАЛЕЙ ИСКУССТВ НА ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Республика Карелия (Россия) и Северная Карелия (Финляндия)



СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ФЕСТИВАЛЕЙ ИСКУССТВ НА ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Республика Карелия (Россия) и Северная Карелия (Финляндия)

Стратегия развития фестивалей искусств в приграничных территориях (далее – «Стратегия») разработана в рамках реализации российско-финляндского проекта «Большая музыка для малых городов» (КА9031), который поддержан Программой приграничного сотрудничества Россия – ЕС «Карелия». Целью проекта является развитие сотрудничества в сфере презентации и продвижения музыкального искусства посредством укрепления потенциала организаций культуры и реализации межсекторных инициатив по обе стороны границы. Проект реализуется в партнёрстве между АНО «Дирекция фестивальных и культурно-массовых мероприятий Республики Карелия» (ведущий партнёр), Министерством культуры Республики Карелия, БУ «Карельская государственная филармония» и администрацией города Йоэнсуу (Финляндия).

Мероприятия проекта «Большая музыка для малых городов» направлены на:

- укрепление сетевого сотрудничества в области презентации и продвижения музыкального искусства через обмен лучшими практиками, реализацию обучающих программ и формирование совместной маркетинговой стратегии;
- совершенствование профессиональных компетенций и практического инструментария организаций, работающих в секторе творческих индустрий, за счёт оказания содействия в разработке программ;
- получение практического опыта реализации инициатив, основанных на приграничном и межсекторном сотрудничестве.

Под «фестивалем искусств» понимается массовое мероприятие, которое охватывает широкий спектр видов искусства и

может быть основано на их синтезе, имеет чёткую структуру и реализуется в течение определённого периода времени, направлено на продвижение видов искусства среди местных сообществ и гостей территории, а также обладает потенциалом для её социально-экономического развития.

Данная стратегия определяет основные направления развития фестивалей искусств для повышения их социально-культурной и экономической значимости в развитии территории. Стратегия носит прикладной характер, она разработана на период до пяти лет, содержит в себе анализ текущей ситуации, определяет задачи и конкретные шаги по их решению, включает в себя рекомендации для фестивалей искусств, проводимых на приграничных территориях Республики Карелии (Российская Федерация) и Северной Карелии (Финляндская Республика) (далее – «Приграничные территории»). Стратегия является инструментом социально-экономического развития территорий через развитие фестивального движения на приграничных территориях.

1. Оценка фестивальной деятельности на приграничных территориях

Рост популярности и посещаемости культурных объектов и мероприятий до начала пандемии COVID-19 в марте 2020 года был очевидным трендом: туристический поток в мире с 2008 по 2019 год вырос более чем в два раза, и некоторые города (Венеция, Дубровник и др.) даже были вынуждены ввести меры по его ограничению. Внутренний туризм в России за тот же период вырос более чем на 70%. Более того, на период до 2030 года прогнозируется дальнейший рост посещаемости культурных событий в России в три раза.



Следующие критерии развития фестивальной деятельности позволяют рассматривать её в качестве катализатора, запускающего позитивные изменения в социально-экономической и культурной сферах:

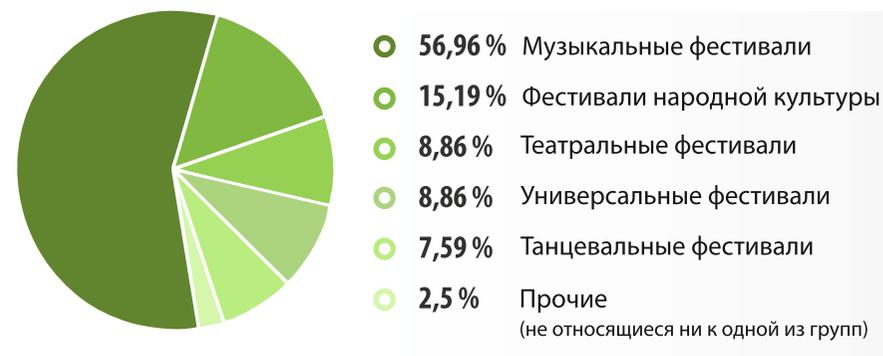
- создание условий для реализации культурного и творческого потенциала городов и посёлков, творческих коллективов и жителей приграничных территорий;
- превращение творческих индустрий и элементов национально-культурного потенциала в значимые факторы социально-экономического развития приграничных территорий;
- содействие творческой самореализации жителей, особенно молодёжи;
- содействие формированию уникального образа приграничных регионов как территории, привлекательной для творчества и деятельности в сфере искусства, и содействие его продвижению на межрегиональном и международном уровнях;
- привлечение в приграничные территории туристов и посетителей.

В то же время создание специальной благоприятной среды для фестивальной деятельности (фестивальной экосистемы) в качестве одного из системных, целенаправленных способов развития территорий до сих пор является редким явлением (в отличие от развития отдельных фестивалей). По крайней мере в российском сегменте интернета никаких официальных «стратегий развития фестивальной деятельности» обнаружить не удалось. Более того, в ходе первичного анкетирования представителей муниципалитетов на территории реализации проекта выявилось отсутствие единого понимания, что такое «фестиваль искусств»: если с финской стороны (регион Северная Карелия) все представленные 20 событий носили общий характер, то среди 79 представленных в первичных анкетах фестивальных событий Республики Карелия (Россия) более половины оказались либо детскими специализированными фестивалями-конкурсами, проводимыми с профессионально-педагогическими

целями, либо фестивалями, где искусство было лишь формальной составляющей.

Опираясь на результаты исследования «Фестивальная палитра приграничных регионов» (Приложение 1) можно отметить, что на приграничных территориях и в России (Республика Карелия), и в Финляндии (регион Северная Карелия) сложилась система фестивалей искусств, в которых можно обнаружить и местные (локальные) традиции (фестивали со своими «узнаваемыми лицами»), и международные амбиции организаторов. Подавляющее большинство представителей организаторов (более 90 % по обе стороны границы) настроены развивать свои фестивали и в дальнейшем.

Анализ подготовленного «Календаря фестивалей» (Приложение 2) показывает, что из 79 фестивалей наибольшую долю среди фестивалей Республики Карелия занимают музыкальные – 56,96 %, далее по популярности идут фестивали народной культуры – 15,19%, театральные – 8,86 %, танцевальные – 7,59 %; доля «универсальных» фестивалей (со множеством видов искусств) невысока – 8,86 % и два фестиваля (Баренц-экологический фильм-фестиваль и Международный конкурс юных журналистов «21 век. Время и мы» не отнесены ни к одной из категорий (Илл. 1). С финской стороны среди организаторов существенно более популярна концепция «универсальных» фестивалей (73,3 %).



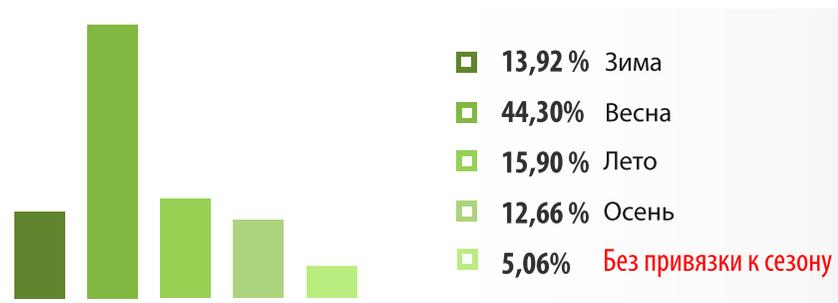
Илл. 1. Доля различных видов фестивалей, проводимых в Республике Карелия, в общем их количестве

На территории южной, центральной части Республики Карелия и в г. Петрозаводске проходят 55,7 % фестивалей. Непосредственно на территории приграничных муниципальных образований (Калевальский район, Костомукшский городской округ, Лахденпохский район, Лоухский район, Муезерский район, Сортавальский район) проходит 34,18 % фестивалей (Илл. 2).



Илл. 2. Распределение фестивалей по территории Республики Карелия

Что касается сезонов проведения фестивалей, то в Финляндии можно наблюдать выраженный пик проведения в июле-августе (40 %). На территории Республики Карелия сезонное распределение фестивалей является также неравномерным: сезон «зима» – 13,92 %, «весна» – 44,3 %, «лето» – 15,9 %, «осень» – 12,66 %. Без привязки к сезону и месяцу проходят четыре фестиваля (5,06 %). 60 % из них проходят весной и летом, с марта по август (доля июля-августа – 24,1 % – ниже, чем в Северной Карелии (Финляндия)) (Илл. 3).



Илл. 3. Распределение фестивалей по сезонам года

Фестивали на финской стороне более универсальны с точки зрения разнообразия видов и форм искусств и проводятся преимущественно на открытом воздухе в тёплое время года. Организаторы фестивалей в Финляндии активнее используют современные маркетинговые технологии продвижения в интернете и СМИ, эффективнее привлекают туристов с других территорий, их основными партнёрами выступают некоммерческие организации. Российские фестивали искусств чаще специализируются на коротком перечне видов или форм искусств, чаще опираются на деятельность профессиональных коллективов культуры и одновременно с этим чаще носят только местный (муниципальный) или региональный характер.

2. Ключевые проблемы развития фестивальной деятельности на приграничных территориях

Рабочие встречи с представителями партнёрских организаций проекта «Большая музыка для малых городов» Программы приграничного сотрудничества Россия – ЕС «Карелия», на которых обсуждались актуальные проблемы и запросы фестивалей искусств приграничных территорий, а также результаты исследования «Фестивальная палитра приграничных регионов» позволяют обобщить следующие ключевые проблемы развития фестивальной деятельности в Северной Карелии (Финляндия) и Республика Карелия (Россия):

- По обе стороны границы наблюдается ограниченное сотрудничество между фестивалями, обмен между фестивальными организациями также ограничен. Это связано с большой конкурентной борьбой между фестивалями за получение финансовых ресурсов. Фестивали Северной Карелии обращаются за поддержкой к одним и тем же спонсорам; фестивали Республики Карелии участвуют в одних и тех же конкурсах на получение грантовых средств или конкурируют в получении средств на проведение фестиваля из бюджета. Более того, фактически отсутствует сотрудничество между фестивалями, проводимыми в Северной Карелии и Республике Карелия, что выливается

в несогласованность их проведения по времени (отсутствует единый календарь фестивальных мероприятий), практически нет взаимного обмена творческими коллективами и артистами, единой согласованной логистики зрителей. По сути, жители и сами фестивальные команды Республики Карелия и Северной Карелии мало осведомлены о фестивалях друг друга. В то же время предпосылки к взаимодействию есть: о готовности включиться в новую систему фестивалей (территориальную, сезонную, тематическую и т. п.) заявили 60 % организаторов с финской стороны и 62,9% – с российской стороны.

- Одной из главных проблем является недостаточность маркетинговых политик применительно к фестивалям искусств. Наиболее очевидная проблемная ситуация сложилась с маркетинговым сопровождением фестивалей Республики Карелия: у 60 % (!) фестивалей нет сайтов, они никак не представлены в интернете, также как нет и ресурсов на их создание; устраивает имеющийся сайт только 8,6 % опрошенных организаторов фестивалей. Одновременно организаторы почти трети фестивалей (31,4 %) Республики Карелия практически не занимаются их информационно-рекламными кампаниями. Также как и в целом в Республике Карелия отсутствует маркетинговая концепция поддержки и продвижения фестивальной деятельности. Однако и среди организаторов фестивалей Северной Карелии лидирует запрос (80 %) на подготовку и проведение новых информационно-рекламных (маркетинговых) кампаний фестивалей.
- На данный момент, в Республике Карелия не ведётся сбор данных и не анализируются социально-экономические эффекты, получаемые территорией и бизнесом от фестивалей. Полностью отсутствует система статистического информационного обеспечения и показателей, позволяющих осуществлять мониторинг. На основании этих данных можно было бы говорить об эффективности фестивалей для развития местных сообществ, получения экономической выгоды территориям проведения фестивалей. Поскольку нет статистики, то нет и координации, что в совокупности ведёт к неравновесному географическому, сезонному,

тематическому распределению фестивальных активностей на территории приграничного региона. Ещё одно следствие – практически все организуемые фестивали в Республике Карелии не имеют устойчивой системы финансирования. Поскольку нет статистики, то нет и координации, что в совокупности ведёт к неравновесному географическому, сезонному, тематическому распределению фестивальных активностей на территории приграничного региона. Ещё одно следствие – практически все организуемые фестивали в Республике Карелии не имеют устойчивой системы финансирования.

- Существует кризис творческих идей и запрос на определение актуальных тематических ниш для фестивалей, особенно для фестивалей на открытом воздухе. Фестивальное движение должно быть инструментом регионального маркетинга, поскольку в фестивале выражается то, что уже есть на территории. В связи с этим, для фестиваля нужна не только инфраструктура и финансовая «подушка» – первичной становится идея, вокруг которой создаётся фестиваль, которая актуальна для территории и способна привлечь людей. Запрос на создание (обновление) уникального лица фестиваля (направленности, миссии, легенды, фирменного стиля и др.) ярко представлен среди организаторов фестивалей как с российской стороны приграничного региона (Республика Карелия – 65,7%), так и с финской (Северная Карелия – 53,3%).
- Если рассматривать фестиваль как объединение людей, то становится более значимым запрос на различные коммуникативные форматы, объединяющие на разных этапах зарождения и становления фестиваля представителей разных сегментов социально-экономической и общественной жизни. Например, сформулирован запрос на усиление совместной работы между организациями, которые проводят фестивали, и туристическими компаниями. Важность формирования устойчивых партнёрств с представителями профессиональных сообществ, бизнеса и некоммерческих организаций (вероятно, и органов власти) в социологическом исследовании подчеркнули 60 % организаторов фестивалей Республики Карелия и 46,7 % организаторов фестивалей Северной

Карелии. Обозначенные проблемы и запросы не касались ситуации с ограничениями, возникшей в результате пандемии COVID-19. Однако ограничительные меры имеют серьёзное влияние на организацию и проведение фестивалей в период с апреля 2020 года до конца 2021 года, как на международном, так и на национальном и региональном уровнях.

3. Стратегическая карта развития фестивальной деятельности на приграничных территориях

Стратегическая карта является абстрактным способом представления конкретной сферы деятельности (в данном случае – фестивальной деятельности) и стратегии её развития. Эта абстракция помогает сосредоточиться на тех приоритетах, которые наиболее важны для перевода фестивальной деятельности в новое качество, что позволит рассматривать её в качестве одного из приоритетных направлений и значимых факторов социально-экономического и культурного развития приграничных территорий. Главное назначение стратегической карты – визуализировать стратегию развития фестивальной деятельности, приведя её к конкретной последовательности проектов и мероприятий, реализуемых в рамках стратегических направлений. Визуализация улучшает процесс обсуждения и реализации стратегии.

МИССИЕЙ развития фестивальной деятельности в Республике Карелия и на приграничных территориях является *превращение фестивальной деятельности в инструмент повышения привлекательности и имиджа территории, в значимый фактор социально-экономического и культурного развития приграничных территорий.*

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ развития фестивальной деятельности в Республике Карелия и на приграничных территориях: *создание среды и условий для развития фестивальной деятельности в приграничных территориях и поддержки инициатив, связанных с организацией и проведением фестивалей, а также поддержка, развитие и продвижение существующих и вновь создаваемых фестивалей на приграничных территориях.*

Реализация основных ценностей, миссии и достижения поставленной стратегической цели осуществляется в рамках следующих Стратегических направлений:

- » **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ** *«Создание базовых условий и инфраструктуры поддержки организации и проведения фестивалей искусств»* предполагает усиление инфраструктурного обеспечения фестивальной деятельности и системы поддержки организации и проведения фестивалей за счёт: создания ресурсно-консалтингового центра фестивальной деятельности, создания единой материально-технической базы – центра коллективного пользования фестивальным, экспозиционно-выставочным и концертным оборудованием и сети организаций, располагающих им, развития сети продюсерских центров и ассоциации профессиональных организаторов фестивалей, создания фонда фандрайзинга и поддержки фестивальной деятельности.
- » **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ** *«Увеличение количества фестивалей и стимулирование частной творческой инициативы по организации и проведению фестивалей искусств»* предполагает создание и запуск механизмов стимулирования, мотивации и интенсификации фестивальной деятельности, обеспечивающих создание «критической массы» инициатив по организации и проведению фестивалей за счёт: развития системы образовательных и просветительских мероприятий в сфере фестивальной деятельности, поддержки творческой деятельности молодёжи и прочих возрастных, профессиональных, социальных и этноконфессиональных групп граждан, поддержки национальных культур и народного творчества, создания системы стимулирования и поддержки творческих коллективов.
- » **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ** *«Развитие фестивального нетворкинга»* предполагает обеспечение сетевого взаимодействия субъектов, участвующих в создании, обосновании, планировании и проведении фестивалей, а также создание единого профессионального сообщества (кластера) в сфере фестивальной деятельности за счёт: формирования системы взаимодействия

организаторов фестивалей, создания единого календаря фестивалей, интегрированного с европейским календарём фестивалей, создания единой базы мест проведения фестивалей, спонсоров, организаций-партнёров, системы фестивальной и транспортно-туристической логистики, создания и развития партнёрской сети фестивальной деятельности, создания ассоциации фестивальной деятельности на основе объединения усилий профессиональных и творческих союзов и объединений – Союза художников, Союза писателей, Союза кинематографистов, этнокультурных центров, военно-исторических клубов и организаций, театральных и концертных центров.

» **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ** «Создание мультифункциональной IT-платформы фестивальной деятельности» предполагает создание цифровых платформ, позволяющих ускорить коммуникации и упростить процедуры организации, согласования и проведения фестивалей за счёт:

1) создания мобильного приложения «Навигатора фестивалей искусств», ориентированного на широкий круг посетителей (зрителей/потребителей фестивального контента), увязывающего между собой единую международную базу фестивалей, календарь фестивалей, систему онлайн-бронирования билетов и услуг, систему фестивальной логистики для возможности построения оптимального маршрута по посещению разных фестивалей, систему оперативного информирования о фестивалях и услугах;

2) создания профессиональной IT-платформы планирования и организации фестивалей с пошаговым алгоритмом разработки и планирования фестиваля с доступом к базам данных участников, партнёров, спонсоров, продюсеров и системой их подбора под тематику и особенности конкретного фестиваля.

Стратегические направления конкретизированы в Стратегической карте развития фестивальной деятельности на приграничных территориях и в Республике Карелия (Приложение 3).

Следующий уровень конкретизации данной Стратегии – это

Дорожная карта реализации проектов и мероприятий стратегической карты развития фестивальной деятельности в Республике Карелия (Приложение 4). В ней обосновывается предполагаемый финансовый объём реализации Стратегии – на российской стороне приграничного региона он составляет около 200 млн руб. В Приложении 5 представлена Матрица проектирования фестиваля, в рамках которой необходимые ключевые параметры их планирования и проведения увязываются в единую систему в соответствии с различными видами специализации фестивалей. При реализации Стратегии развития фестивалей искусств необходимо учитывать существующие законодательные рамки, регулирующие деятельность в сфере культуры и сфере массовых мероприятий (Приложение 6).

Результатами реализации Стратегии развития фестивалей искусств на приграничных территориях станут:

- создание единого международного фестивального кластера с вовлечением в него организаторов фестивалей, их участников и творческих коллективов, туристских и транспортно-логистических компаний, ремесленников;
- создание фестивальной экосистемы, включающей в себя систему интегрированных информационных ресурсов и баз данных (творческих коллективов, артистов, площадок для проведения фестивалей, партнёров, оборудования и др.), единый календарь проведения фестивальных мероприятий, систему онлайн-бронирования и приобретения билетов, заказа трансферта и др., с организацией доступа к ним через специализированный интернет-портал;
- легендирование фестивалей искусств, включая соединение тематики фестивальных мероприятий с национальными праздниками, историческими местами и событиями, официальной международной, национальной и региональной тематикой года и др.;
- расширение взаимодействия организаторов фестивалей с

туристскими компаниями – привязка туристских продуктов и туров к международному календарю фестивальных мероприятий, совместная разработка и реализация «фестивальных» туров;

- расширение функционала фестивалей за счёт их соединения с другими направлениями и тематиками деятельности – молодёжной, научно-технической, экологической, спортивной, профессионально-ремесленной деятельностью;
- формирование системы маркетингового сопровождения фестивальной деятельности (в том числе: более четкое позиционирование фестивалей, определение и конкретизация целевой аудитории (целевого рынка), разработка инструментов расширения целевой аудитории, система интегрированного продвижения фестивалей);
- расширение источников финансирования фестивальной деятельности и использование новых инструментов привлечения финансовых ресурсов (в том числе: краудсорсинг, фандрайзинг, инструменты фондирования, государственно-частное партнёрство и др.).



ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ФЕСТИВАЛЬНАЯ ПАЛИТРА ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЙ: РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ (РОССИЯ) – СЕВЕРНАЯ КАРЕЛИЯ (ФИНЛЯНДИЯ)

(отчёт по исследованию, 2021)

В рамках реализации проекта «Большая музыка для малых городов» Программы приграничного сотрудничества Россия – ЕС «Карелия» было проведено исследование «Фестивальная палитра приграничных регионов». Оно было организовано в мае-августе 2021 года и включало в себя анкетирование представителей организаторов 50 фестивалей искусств, проводимых в приграничных регионах – в Республике Карелия (Россия; 35 фестивалей) и в Северной Карелии (Финляндия; 15 фестивалей). Отбор фестивалей, включённых в исследование со стороны Республики Карелия, проводился на основании следующих критериев: опыт проведения не менее трёх лет; акцент на музыкальное искусство; объединение фестивалем нескольких площадок, открытых для жителей и имеющих туристический потенциал. Таким образом, из первоначального списка с более чем 70 фестивалями были исключены «молодые» фестивали, фестивали без заметной музыкальной составляющей и распространённые в России детские узко-специализированные фестивали-конкурсы, проводимые с профессионально-педагогическими целями.

Со стороны Финляндии в анкетирование были включены фестивали по географическому принципу – проводимые в приграничном регионе Северная Карелия (всего 20 фестивалей, в анкетировании приняли участие 15).

Анкета исследования приводится в Приложении.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

География, опыт и сезонность проведения фестивалей

Из участников исследования с российской стороны 22,9 % проводятся в столице Республики Карелия, городе Петрозаводске; 65,7 % – в одном из муниципальных районов Карелии, 11,4 % – проводится либо и в Петрозаводске, и в одном из районов Карелии, либо в разные годы переезжает между ними.

Среди фестивалей с финской стороны 46,7 % проводятся в столице региона Северная Карелия, городе Йоэнсуу, ещё столько же (46,7 %) – в другом муниципалитете Северной Карелии, а 6,6 % – и там, и там, либо «мигрируют».

По опыту проведения фестивали распределились следующим образом:

- **не более 5 лет** – в Республике Карелия (Россия) 25,7 %, среди фестивалей Северной Карелии Финляндии – 33,3 %;
- **от 6 до 15 лет** – 45,7 % (в Северной Карелии Финляндии – 26,7 %);
- **более 15 лет** – 28,6 % (в Северной Карелии Финляндии – 40 %).

Что касается сезонов проведения фестивалей, то если на финской стороне можно наблюдать выраженный пик проведения в июле-августе (40 %), то с российской стороны сезонное распределение фестивалей является гораздо более равномерным, хотя в первом полугодии их проводится больше, чем во втором.

Таким образом, фестивали искусств с российской стороны менее централизованы по месту и по времени проведения, но необходимо учитывать существенно большую территорию и численность населения российской Карелии по сравнению с Северной Карелией Финляндии. В то же время большее число финских фестивалей старше (проводятся более 15 лет).

Сильные стороны фестивалей искусств Республики Карелия (Россия)

94,3 % фестивалей искусств их организаторы, принявшие участие в опросе, собираются развивать дальше.

71,4 % организаторов уверены в наличии у фестиваля «узнаваемого лица» (постоянной темы, миссии, легенды и т.п.).

68,6 % организаторов фестивалей занимаются их продвижением: информационно-рекламными кампаниями на **муниципальном уровне** сопровождаются 45,7 % фестивалей, на **региональном** – 42,9 %, на **национальном или международном уровнях** – 20 %.

45,7 % представителей организаторов заявляют о ежегодно обновляемой концепции фестиваля (ещё 22,9 % говорят о том, что такое обновление скорее есть, чем его нет). 51,4 % говорят о том, что состав участников формируется на основе концепции фестиваля.

62,9 % фестивалей являются узко специализированными (явно преобладает один вид или одна форма искусств).

Хотя бы на некоторых площадках 57,1 % фестивалей есть входные билеты. При организации 51,4 % фестивалей используются разные источники финансов и других ресурсов (бюджетные, коммерческие, частные).

При подготовке 80 % фестивалей создаются оргкомитеты, представляющие интересы разных участников и партнёров фестиваля. Устойчивые партнёрства при проведении фестивалей сложились, в первую очередь, **между бюджетными учреждениями** (60 %), **с частными лицами** (54,2 %), **между органами власти и уровнями власти** (51,4 %).

Также организаторы фестивалей Республики Карелия отмечают наличие на их фестивалях:

- **уличных площадок фестиваля** – 42,9 %;

- специальных образовательных или коммуникативных программ (мастер-классы, курсы, «круглые столы» и т.п.) – 40 %;
- выпуск сувениров с символикой фестиваля – 34,3 %;
- специальных торговых точек – 25,7 %;
- специальных туристических программ (туров) – 25,7 %.

Заметная доля зрителей (примерно более 10 %), приехавших на фестиваль из других территорий (других районов, регионов, стран), отмечается организаторами чуть более четверти фестивалей (25,7 %).

Проблемы и направления развития фестивалей искусств Республики Карелия (Россия)

Наиболее очевидно проблемная ситуация сложилась с информационным сопровождением фестивалей: у 60 % (!) фестивалей нет сайтов, так же как нет и ресурсов на их создание; устраивает имеющийся сайт только 8,6 % опрошенных организаторов фестивалей. Одновременно организаторы почти трети фестивалей (31,4 %) практически не занимаются их информационно-рекламными кампаниями.

Специальные условия для людей с ограниченными возможностями среди гостей или участников создаются только на 14,3 % фестивалей.

У 45,7 % организаторов нет опыта участия в конкурсах по привлечению средств (гранты, государственные программы и др.) на проведение фестиваля, ещё у 8,6 % организаторов этот опыт есть, но он не успешен.

У 34,3 % фестивалей состав участников формируется стихийно или же практически не меняется от года к году.

Наименее выражены у организаторов фестивалей партнёрства с некоммерческими организациями (их отмечают только 22,9 % опрошенных).

Сами организаторы в качестве наиболее перспективных

направлений и способов развития фестивалей выделяют следующие:

- 65,7 % – создание (обновление) уникального лица фестиваля (направленности, миссии, легенды, фирменного стиля и др.);
- 62,9 % – включение фестиваля в систему фестивалей Республики Карелия, России или международную (территориальную, сезонную, тематическую и т.п.);
- 60 % – включение (расширение) новых финансовых источников (заявки на гранты или участие в государственных программах, введение входных билетов и др.);
- 60 % – формирование устойчивых партнёрств с представителями профессиональных сообществ, бизнеса и некоммерческих организаций;
- 57,1 % – обмен опытом организаторов фестивалей;
- 51,4 % – разработка обновляемой ежегодной концепции (тема, площадки, участники и др.);
- 45,7 % – создание на основе фестиваля туристических продуктов;
- 42,9 % – создание специальных образовательных программ для участников;
- 40 % – подготовка и проведение информационно-рекламных (маркетинговых) кампаний фестиваля.

Можно обобщить информацию о проводимых в Республике Карелия (Россия) фестивалях искусств, что среди них заметная доля проводится на современном уровне, с включением самых разных аспектов повышения привлекательности («узнаваемое лицо» фестиваля и развитие концепции; уровень продвижения; сувенирная продукция; организация платных услуг и торговли, и другие признаки).

Однако и запрос на поддержку развития фестивалей искусств достаточно широк, он носит комплексный, разнонаправленный характер, хотя особенно отстающей выглядит ситуация с сайтами фестивалей.

Ещё одна очевидная проблема – невнимание организаторов к потребностям людей с ограниченными возможностями.

Сильные стороны фестивалей искусств Северной Карелии (Финляндия)

Организаторы, принявшие участие в опросе, собираются развивать дальше 93,3 % фестивалей искусств.

В наличии у фестиваля «узнаваемого лица» (постоянной темы, миссии, легенды и т.п.) уверены 73,3 % организаторов.

Об ежегодной обновляемой концепции фестиваля уверенно заявили только 20 % организаторов, ещё 40 % выбрали ответ «скорее да, чем нет».

Состав участников в 53,3 % фестивалях формируется на основе концепции.

У 73,3 % фестивалей Северной Карелии есть свой сайт, ещё у 13,3 % фестивалей он скоро появится. Также важно, что для 72,7 % имеющих сайты фестивалей намечено их скорое качественное обновление.

Информационно-рекламные кампании по продвижению фестивалей Северной Карелии организуются:

- на муниципальном (локальном) уровне – на 86,7 % фестивалей;
- на региональном уровне – на 66,7 % фестивалей;
- на национальном или международном уровне – на 53,3 % фестивалей.

Входные билеты на фестиваль или на его некоторые

площадки существуют в двух из трёх (66,7 %) фестивалей искусств Северной Карелии.

Не менее 60 % фестивалей сочетают разные источники их финансирования, а 53,3 % пользуются средствами, привлечёнными через конкурсы.

При подготовке фестивалей в 80 % создаются оргкомитеты, призванные объединить интересы разных партнёров. Для 80 % организаторов фестивалей самые устойчивые партнёрства складываются с некоммерческими организациями.

73,3 % фестивалей, проводимых в Северной Карелии (Финляндия), носят универсальный характер – то есть там представлены разные виды искусств.

Также организаторы фестивалей Северной Карелии отмечают наличие на их фестивалях:

- уличных площадок фестиваля – 53,3 %;
- специальных образовательных или коммуникативных программ (мастер-классы, курсы, «круглые столы» и т.п.) – 40 %;
- специальных торговых точек – 26,6 %.

На 53,3 % фестивалей создаются условия для участия людей с ограниченными возможностями.

Заметная доля зрителей (примерно более 10 %), приехавших на фестиваль из других территорий (других районов, регионов, стран), отмечается организаторами почти у половины фестивалей (46,7 %).

Проблемы и направления развития фестивалей искусств Северной Карелии (Финляндия)

Судя по собранным ответам, организаторами фестивалей искусств Северной Карелии не используются такие способы повышения привлекательности как *выпуск сувениров с символикой фестиваля и специальные туристические программы (туры)*.

Ежегодная концепция фестивалей Северной Карелии в 40 % не обновляется, так же как в 40 % фестивалей не меняется состав участников.

Сами организаторы в качестве наиболее перспективных направлений и способов развития фестивалей выделяют следующие:

- 80 % – подготовка и проведение информационно-рекламных (маркетинговых) кампаний фестиваля;
- 66,7 % – включение (расширение) новых финансовых источников (заявки на гранты или участие в государственных программах, введение входных билетов и др.);
- 60 % – включение фестиваля в систему фестивалей в городе (районе);
- 53,3 % – создание (обновление) уникального лица фестиваля (направленности, миссии, легенды, фирменного стиля и др.);
- 46,7 % – формирование устойчивых партнёрств с представителями профессиональных сообществ, бизнеса и некоммерческих организаций;
- 40 % – разработка обновляемой ежегодной концепции (тема, площадки, участники и др.).

По сравнению с фестивалями искусств с российской стороны (Республика Карелия) приграничной территории, можно отметить, что в проводимых в Северной Карелии (Финляндия) фестивалях:

- *делается ставка на универсальный, а не специализированный характер фестиваля искусств;*
- *гораздо больше используются маркетинговые технологии (сайты; рекламно-информационные кампании более высокого уровня), что позволяет чаще привлекать заметную долю гостей фестиваля с других территорий, регионов, стран (46,7 % фестивалей; с российской стороны 25,7 %);*

- *ключевыми партнёрами выступают некоммерческие организации.*

В то же время, со стороны финских фестивалей можно предположить более острую проблему их «старости» (уменьшение обновляемости), а также обратить внимание на неиспользование ресурсов выпуска специальной сувенирной продукции и создания специализированных туристических продуктов.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

1) На приграничных территориях и в России (регион Республика Карелия), и в Финляндии (регион Северная Карелия) сложились системы фестивалей искусств, в которых можно обнаружить и местные (локальные) традиции (фестивали со своими «узнаваемыми лицами»), и международные амбиции организаторов. Подавляющее большинство представителей организаторов (более 90 % с обеих сторон границы) настроены развивать свои фестивали и далее.

2) Фестивали на финской стороне более универсальны с точки зрения разнообразия видов и форм искусств, носят более выраженный улично-летний характер. Они активнее используют современные маркетинговые технологии продвижения в интернете и СМИ, их основными партнёрами выступают некоммерческие организации. Фестивали искусств с российской стороны чаще специализируются каждый на небольшом числе видов или форм искусств, носят местный (муниципальный) или региональный характер. Организаторы в Республике Карелия готовы чаще обновлять концепции фестивалей и большему учиться.

3) С точки зрения обучения и развития организаторов фестивалей и Республики Карелия (Россия), и Северной Карелии (Финляндия) объединяет готовность работать над развитием уникального лица своих фестивалей, включаться в новые сети

(сообщества) фестивалей, учиться привлекать дополнительные финансовые ресурсы (в первую очередь, участвовать в конкурсах по выделению средств), а также формировать новые устойчивые партнёрства с представителями бизнеса, НКО, власти, профессиональных сообществ и др.

На основе сделанных выводов, могут быть предложены следующие рекомендации:

- а) образовательные программы по обозначенным выше тематикам могут быть весьма востребованы организаторами фестивалей как по каждую из сторон границы, так, возможно, и в формах совместного прохождения российскими и финскими участниками;
- б) будет полезна и востребована организация специальных проектов по разработке сетей (систем) фестивалей в разных масштабах (муниципальных, региональных, национальных, международных) на основе тематической, сезонной или какой-то иной специфики;
- в) для организаторов фестивалей Республики Карелия (Россия) явно необходима программа поддержки разработки сайтов фестивалей, а также по организации их информационно-рекламных кампаний.

Приложение

ФЕСТИВАЛЬНАЯ ПАЛИТРА ПРИГРАНИЧНОГО РЕГИОНА

Республика Карелия (Россия) – Северная Карелия (Финляндия)

Уважаемые коллеги! В рамках реализации проекта «Большая музыка для малых городов» Программы приграничного сотрудничества Россия – ЕС «Карелия» просим Вас ответить на несколько вопросов, связанных с организацией фестивалей искусств.

Под фестивалем искусств мы понимаем массовое мероприятие, которое охватывает широкий спектр видов искусства и может быть основано на их синтезе, имеет чёткую структуру и реализуется в течение определённого периода времени, направлено на продвижение видов искусства среди местных сообществ и гостей территории, а также обладает потенциалом для ее социально-экономического развития.

В предложенных ниже вопросах обведите тот вариант ответа, который ближе всего к Вашему мнению.

Участие в анкетировании анонимно – подписывать анкету не надо, также как не надо обозначать конкретный фестиваль. Результаты будут представлены в обобщённом виде.

Однако если Вы участвуете в подготовке (проведении) нескольких фестивалей искусств, заполните анкету на каждый из них.

1. Предполагается ли развивать проводимые Вами или в Вашем районе фестивали искусств?

- 1 – да
- 2 – скорее да, чем нет
- 3 – скорее нет, чем да
- 4 – нет
- 5 – затрудняюсь ответить

2. Имеется ли у фестиваля уникальное узнаваемое лицо (постоянные тема, миссия, легенда, логотип и др.)?

- 1 – да
- 2 – скорее да, чем нет
- 3 – скорее нет, чем да
- 4 – нет
- 5 – затрудняюсь ответить

3. Существует ли у фестиваля ежегодно обновляемая концепция (идея года, подбор площадок и участников, новая локация (место проведения) и т.п.)?

- 1 – да
- 2 – скорее да, чем нет
- 3 – скорее нет, чем да
- 4 – нет
- 5 – затрудняюсь ответить

4. Как формируется состав участников (площадок) фестиваля?

- 1 – состав практически не меняется
- 2 – состав формируется стихийно
- 3 – состав формируется на основе концепции
- 4 – затрудняюсь ответить

5. Предполагается ли в ближайшее время создать (серьёзно изменить) отдельный сайт фестиваля?

- 1 – сайта нет, и на создание нет ресурсов
- 2 – сайта нет, но в ближайшее время (несколько месяцев) будет создан
- 3 – сайт есть, и он вполне устраивает
- 4 – сайт есть, но скоро его будут качественно менять
- 5 – затрудняюсь ответить

6. Отметьте, пожалуйста, те признаки, которые характерны (типичны) для данного фестиваля (можно выбрать любое количество ответов):

- 1 – универсальный характер фестиваля (представленность разных видов искусств)

2 – специализированный характер фестиваля (явное преобладание одного вида или одной формы искусств)

3 – наличие уличных площадок фестиваля

4 – наличие специальных торговых точек

5 – выпуск и распространение (продажа) сувениров с символикой фестиваля

6 – организация информационно-рекламной кампании фестиваля на уровне района (города)

7 – организация информационно-рекламной кампании на уровне Республики Карелия

8 – организация информационно-рекламной кампании на уровне России или международном уровне

9 – заметная доля зрителей (более 10 %) из других районов Карелии, других регионов России или других стран мира

10 – наличие специальной образовательной или коммуникативной программы (мастер-классы, курсы, лекции, «круглые столы» и т.п.)

11 – наличие специальной туристической программы (туров)

12 – создание специальных условий для людей с ограниченными возможностями (среди участников или зрителей)

13 – другое (напишите, что именно) _____

7. Существуют ли на фестивале (или на некоторых площадках) платные входные билеты для зрителей?

- 1 – да
- 2 – нет
- 3 – затрудняюсь ответить

8. Что является основными экономическими источниками для проведения фестиваля?

- 1 – бюджетные средства и ресурсы
- 2 – частные средства и ресурсы
- 3 – гранты фондов и ресурсы некоммерческих организаций
- 4 – сочетание разных источников финансов и ресурсов
- 5 – затрудняюсь ответить

9. Имеется ли у организаторов фестиваля опыт участия в конкурсах для привлечения финансовых ресурсов на его проведение (гранты, государственные программы и др.)?

- 1 – да, успешный
- 2 – да, не успешный
- 3 – нет опыта
- 4 – затрудняюсь ответить

10. Создаётся ли при подготовке фестиваля оргкомитет, представляющий интересы разных участников и партнёров фестиваля?

- 1 – да
- 2 – скорее да, чем нет
- 3 – скорее нет, чем да
- 4 – нет
- 5 – затрудняюсь ответить

11. Какие устойчивые партнёрства сложились при подготовке и проведении фестиваля (можно выбрать любое количество ответов)?

- 1 – между органами и уровнями власти
- 2 – между бюджетными учреждениями
- 3 – между представителями профессиональных сообществ
- 4 – партнёрство с некоммерческими организациями
- 5 – партнёрство с представителями бизнеса
- 6 – партнёрства с частными лицами
- 7 – другие партнёрства (напишите, какие именно)
- 8 – никакие
- 9 – затрудняюсь ответить

12. Какие направления и способы развития фестиваля при его подготовке и проведении кажутся Вам наиболее важными и перспективными (можно выбрать любое количество ответов)?

- 1 – создание (обновление) уникального лица фестиваля (направленности, миссии, легенды, фирменного стиля и др.)
- 2 – разработка обновляемой ежегодной концепции (тема, площадки, участники и др.)
- 3 – изменение организации работы оргкомитета

4 – формирование устойчивых партнёрств с представителями профессиональных сообществ, бизнеса и некоммерческих организаций

5 – включение (расширение) новых финансовых источников (заявки на гранты или участие в государственных программах, введение входных билетов и др.)

6 – подготовка и проведение информационно-рекламных (маркетинговых) кампаний фестиваля

7 – создание на основе фестиваля туристических продуктов

8 – создание системы фестивалей в районе (городе)

9 – включение фестиваля в систему фестивалей Республики Карелия, России или международную (территориальную, сезонную, тематическую и т.п.)

10 – обмен опытом организаторов фестивалей

11 – лоббирование интересов фестиваля в органах власти

12 – создание специальных образовательных программ для участников

13 – другое (напишите, что именно) _____

14 – затрудняюсь ответить

И несколько уточняющих вопросов о фестивале, о котором Вы отвечали.

13. Этот фестиваль проводится:

1 – в Петрозаводске

2 – в одном из районов Карелии

3 – проводится и в Петрозаводске, и в районах Карелии (в т. ч., переезжает в разные годы)

14. Этот фестиваль проводится:

1 – не более 5 лет

2 – от 6 до 15 лет

3 – более 15 лет

БЛАГОДАРИМ ВАС ЗА УЧАСТИЕ В ОПРОСЕ!