

Министерство культуры Мурманской области



МУРМАНСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ДВОРЕЦ
КУЛЬТУРЫ И НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА
ИМ. С. М. КИРОВА

Информационное сопровождение деятельности культурно-досуговых учреждений

**PR-сопровождение мероприятий
на примере IX межрегионального
фестиваля фольклора
«БЕЛОМОРЬЕ»**

г. Мурманск, 2022 г.

Сборник содержит материал рекомендательного характера и может быть использован как специалистами культурно-досуговых учреждений, так и начинающими работниками культурных учреждений при формировании эффективной системы информационного сопровождения события.

Составитель сборника - Зауольцева Юлия Владимировна, ведущий методист отдела методической и информационно-аналитической работы ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова».

Предоставил материалы по работе со СМИ – Мишина Елена Николаевна, ведущий методист отдела развития ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова».

Редакторы – Крюкова Екатерина Валерьевна, заместитель директора по народному творчеству ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова», Анисимова Яна Александровна, заведующий отделом методической и информационно-аналитической работы ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова», заведующий отделом развития – Антонова Оксана Геннадьевна.

Содержание

Введение	4
1. Информационное сопровождение: понятие, сущность, содержание, подходы к организации	6
2. Основные задачи и способы организации информационной кампании для культурно-досуговых учреждений	9
2.1. Наполнение интернет-пространства «культурным» контентом	9
2.2. Информационная поддержка мероприятий КДУ	12
2.3. Рекомендации по составлению релизов в СМИ	13
2.4. Как подобрать фотографии к пресс-релизу, обзорам и новостям	17
3. Ведение официального сайта КДУ и социальных сетей	18
3.1. Анализ информационных ресурсов ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» с точки зрения информационной открытости	24
4. PR-сопровождение мероприятия на примере проекта ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им С.М. Кирова» - IX Межрегиональный фестиваль фольклора «БЕЛОМОРЬЕ»	28
4.1. Оценка эффективности и общие рекомендации по PR-сопровождению IX Межрегионального фестиваля фольклора «БЕЛОМОРЬЕ»	55
Заключение	57
Список использованных информационных источников	58
Приложение	59

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития общества информационное сопровождение приобрело приоритетное значение, что определило вступление общества в информационную эпоху, развитие информационных технологий. Сегодня, в век информации, культурно-досуговые учреждения получили неограниченные возможности реализовывать свой PR-потенциал в сети Интернет. Рост числа личных гаджетов, профессиональных торрентов, эволюция информационных носителей, запуск и активное развитие социальных сетей делает доступным и быстрым процесс приобщения к культурным цифровым ресурсам, служит сферой взаимного интереса государства и общества.

«Виртуальный концертный зал», «виртуальный кинозал», «виртуальный музей», «прямая трансляция» – новые интерактивные формы досуга приобретают широкое распространение. Формируя культурный слой интернет-пространства, интерактивные формы позволяют приобщиться к событиям, стать их участником, зрителем.

Как и любая организация, культурно-досуговое учреждение испытывает необходимость в планомерном и долгосрочном развитии. Все чаще учреждению культуры приходится не только заботиться о повышении качества собственных услуг, но и обращать внимание на формирование положительного образа, продвижение имиджа, повышение узнаваемости учреждения среди своей целевой аудитории.

Эффективная организация информационного сопровождения деятельности культурно-досуговых учреждений (далее - КДУ, учреждения) позволит успешно представить и продвинуть работу по организации и проведению события, привлечь как можно больше людей различных социальных слоёв к активному соучастию, а значит, будут достигнуты основные цели и задачи учреждения, как площадки для реализации творческого потенциала населения.

Главным является донесение информации о деятельности КДУ до целевых групп. Это формирует интерес людей к деятельности этих учреждений. Именно правильно выстроенная информационная деятельность улучшает взаимодействие между культурно-досуговыми учреждениями и целевой аудиторией, которая активно может включиться в работу культурных учреждений в рамках конкретного проекта.

Информационная поддержка — это, прежде всего, процесс информационного обеспечения, ориентированный на пользователей информации. В данный процесс входит освещение события, его реклама до мероприятия и после, публикации, пресс-релиз в СМИ, в социальных сетях и т.д.

Как справиться с задачей наполнения интернет-пространства интересным, «культурным» контентом? Что такое информационная кампания? Как организовать информационную кампанию культурно-досуговому учреждению? Какие виды PR-ресурсов использовать?

Настоящие методические рекомендации направлены на оказание практической помощи специалистам КДУ в выстраивании информационной деятельности учреждения.

Надеемся, что этот материал поможет специалистам КДУ оптимизировать уже существующий порядок информационной деятельности и вдохновит на новые проекты.

1. Информационное сопровождение: понятие, сущность, содержание, подходы к организации

Одним из современных инструментов развития социально-культурной среды является информационное сопровождение или информационная поддержка, которая, в свою очередь, является элементом PR-технологий. PR-технологии призваны обеспечить продвижение культурного продукта и услуг в массы и заинтересовать потенциальную публику. «PR» (Public Relations) означает «связи с общественностью» и само по себе является многогранным. PR как вид деятельности стал самостоятельным сравнительно недавно. В США это произошло в 30-е годы прошлого века, а в России - лишь в 90-е годы. Определение данного понятия пытались дать многие учёные, в результате чего официально известно более четырехсот интерпретаций термина PR-технологии.

Само понятие «информационное сопровождение» так же не имеет четкого определения. Разные исследователи часто его используют, давая ему собственную трактовку или же обходясь без пояснения. Одни исследователи рассматривают информационное сопровождение как организованный процесс, подразумевающий работу со СМИ, формирование информационных поводов, организацию определенных мероприятий, по итогу которых проводится анализ и подводятся итоги, другие - определяют его как процесс распространения информации о целях и мероприятиях с использованием различных средств, обращённое к кругу заинтересованных лиц. В том или ином случае информационное сопровождение ориентируется на максимально полное предоставление информации о каком-то объекте, явлении, событии, их описание и объяснение.

Иногда информационное сопровождение приравнивается к маркетингу и рекламе, т.к. технологии информационного сопровождения в некотором смысле с ними схожи, но это не совсем так. Цель маркетинга и рекламы - сформировать желаемый образ субъекта, привлечь и удержать интерес целевой аудитории, которой передается только та информация, которая отвечает требованиям и интересам субъекта. Цель же информационного сопровождения - удовлетворение общественного интереса к личности, организации, событию, проекту, предполагающее трансляцию не только той информации, в распространении которой заинтересован субъект коммуникации, но и той, в распространении которой субъект коммуникации может быть и не очень заинтересован, но которая вызывает общественный интерес.

Таким образом, можно сказать, что информационное сопровождение представляет собой систематический и целенаправленный процесс создания эффективной коммуникации, предоставления информации целевой группе, заинтересованной в получении этой информации.

Деятельность по организации информационного сопровождения можно разделить на этапы, которые составляют структурную схему этого процесса:

- 1) максимально конкретизированное определение целей и задач (предшествовать этому может выявление проблемной ситуации);
- 2) определение целевой аудитории (ее положения, специфики, характеристик);
- 3) выбор оптимальных каналов коммуникации с учетом целевой аудитории;
- 4) разработка стратегии, тактики действий (медиаплана);
- 5) создание информационных материалов;
- 6) проведение информационной кампании, реализация мероприятий;
- 7) анализ эффективности информационной кампании, подведение ее итогов, отчетность.

Иногда последние два этапа дополняются наличием промежуточной оценки эффективности проводимых мероприятий, их корректировки. Все этапы между собой взаимосвязаны, без одного не может быть другого.

Говоря о воздействии на целевую аудиторию в рамках информационного сопровождения, стоит отделять его от пропаганды, разграничить эти процессы, потому что между ними есть разница.

Пропаганда - специфический информационный процесс, который зачастую маскируется под информационное сопровождение. Пропаганда имеет эмоционально окрашенный характер передаваемой информации, предполагает воздействия на аудиторию с целью оказать влияние на его ориентацию, намерения и действия. Пропаганда продвигает конкретные идеи в отличие от информационного сопровождения, которое предполагает взаимное влияние, воздействие, нейтральный характер информирования.

Правильно организованное информационное сопровождение о деятельности культурно-досугового учреждения помогает формировать гражданское самосознание населения, стимулирует интерес и активное участие в культурно-досуговой деятельности, которую, в частности, организуют КДУ и другие учреждения культуры.

Культурно-досуговые учреждения в регионах Российской Федерации являются основными субъектами сохранения национальных культурных традиций и обычаев, художественных промыслов и ремесел, создания широкого доступа к культурным благам и повышению качества жизни каждого человека. В их силах укрепить духовно-нравственные ценности и эстетические идеалы, нормы и образцы поведения, гражданскую идентичность. Именно поэтому информационное сопровождение предполагает повышение информационной открытости организации, что позволяет расширить объем открытой информации КДУ о своей деятельности и обеспечить гражданам возможность ее оперативного получения из информационных систем.

Инструментарий информационного сопровождения включает в себя обеспечение свободного доступа к информации, создание информационных поводов, создание собственного информационного потока. Обеспечение свободного доступа к информации является важным фактором при информационном сопровождении. «Информационная открытость» или «свободный доступ к информации» — это

способность организации создавать и предоставлять адекватную информацию заинтересованным сторонам как внешним, так и внутренним), соответствующую требованиям окружения организации, способами, повышающими общую эффективность деятельности учреждения.

Оценка эффективности организации информационного сопровождения деятельности КДУ отражается в совокупности трех факторов:

- 1) воздействие на знания о КДУ и его деятельности;
- 2) воздействие на формирование положительного имиджа, положительного отношения к конкретному КДУ, его деятельности;
- 3) воздействие на формирование намерения принять активное участие в культурно-досуговой деятельности, мероприятиях учреждения.

Именно эти факторы заслуживают оценки с точки зрения эффективности организации информационного сопровождения. Этот процесс можно разделить на промежуточную оценку и окончательную. Смысл в том, что при наличии промежуточной оценки информационного сопровождения откорректировать в соответствии с выявленными проблемами процесс информационного сопровождения и передаваемую информацию.

2. Основные задачи и способы организации информационной кампании для культурно-досуговых учреждений

В национальном проекте «Культура»¹ (паспорт проекта утвержден президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам 24.12.2018) информационному сопровождению деятельности учреждений культуры уделено особое внимание. Одной из ключевой целью национального проекта является «увеличение числа обращений граждан к цифровым ресурсам в сфере культуры».

Перед учреждениями сферы культуры стоят следующие задачи:

- 1) в период с 1 января 2019 года по 31 декабря 2024 года увеличить посещаемость в учреждениях культуры на 15 %;
- 2) увеличить число обращений к цифровым ресурсам в сфере культуры в 5 раз.

Чтобы достичь эти целевые показатели, предусмотрены следующие две части национального проекта – Федеральные проекты «Культурная среда» и «Цифровая культура».

Результатами национального проекта должны стать:

- ✓ «цифровизация» услуг и формирование информационного пространства в сфере культуры;
- ✓ обеспечение широкого внедрения цифровых технологий в культурное пространство страны;
- ✓ организация онлайн-трансляций, размещаемых на портале «Культура.РФ»;
- ✓ создание и распространение контента в сети «Интернет», направленного на укрепление гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодежи.

2.1. Наполнение интернет-пространства «культурным» контентом.

Контент (от английского *«content»* – содержание) – содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта, воспринимаемое аудиторией. Сайты, блоги, страницы в соцсетях, каналы, а также материалы, передаваемые посредством электронных рассылок, мессенджеров и других каналов коммуникации. Другими словами, это полезная или как-либо удовлетворяющая потребности аудитории информация, выраженная в различных формах. Это всё, что можно прочитать, увидеть, услышать. Контент формирует у потребителя представление, мнение и впечатление о его производителе.

Различают следующие виды контента: текстовый, фактический, графический. По целевым задачам контент может быть: познавательным, продающим,

¹ Нацпроект «Культура» разработан в соответствии с указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и скорректирован в соответствии с указом от 21 июля 2020 года № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Его реализация началась 1 января 2019 года.

информационным, развлекательным, обучающим, коммуникативным, репутационным (Рис. 1).

Типы контента выбираются и используются КДУ в таких пропорциях, которые соответствуют задачам, поставленным перед учреждением в социальных сетях (Таблица 1).



Рис.1 Виды контента

Таблица 1.

Определение типов контента для решения поставленных задач

Задача учреждения	Тип контента
Привлечение внимания к определенному мероприятию, услуге, виду деятельности учреждения	информационный; продающий.
Работа с лояльной аудиторией	репутационный; коммуникативный.
Повышение органического охвата	развлекательный; познавательный; обучающий.

Одним из инструментов наполнения информационных ресурсов качественным и продуманным контентом является тщательно спланированная *информационная кампания*.

Объектом информационной кампании является информационный поток, направленный на формирование мотиваций, мнения, воспитание взглядов широкой аудитории или сообществ пользователей цифровых ресурсов, реализованный в логической последовательности при помощи информационно-коммуникационных мероприятий.

Организовать информационную кампанию культурно-досуговому учреждению можно в несколько этапов, которые отражены в таблице 2.

Таблица 2.

Организация информационной кампании КДУ

№ п/п	Наименование этапа	Содержание и форма деятельности
1.	Подготовительный	<ul style="list-style-type: none"> – назначить ответственного сотрудника или отдел, который будут нести ответственность за организацию информационной кампании в КДУ. При необходимости сотрудников направить на курсы переподготовки (используя ресурсы онлайн образования или прослушивая вебинары); – приобрести цифровую фото- и видео технику, накопители информации, необходимое программное обеспечение.
2.	Медиа-планирование	<ul style="list-style-type: none"> – выбрать медиа средства для донесения сообщений до целевой аудитории, а также по составлению планов публикаций информационных материалов; – определить период действия информационного воздействия, его характер, длительность; – определить цель и задачи; – провести анализ целевой аудитории.
3.	Формирование медиа-образа учреждения или мероприятия	<ul style="list-style-type: none"> – разработать фирменный стиль; – поработать над позиционированием в информационном поле.
4.	Создание контент-плана	<ul style="list-style-type: none"> – скоординировать график выхода публикаций по каждому информационному ресурсу, задействованному в информационной кампании.
5.	Подготовка материала к публикации	<ul style="list-style-type: none"> – подготовить текст к публикации; – уделить необходимое время редактированию - проверить актуальность и достоверность информации, соответствие материалов авторским правам и техническим требованиям.
6.	Мониторинг СМИ	<ul style="list-style-type: none"> – изучить вопрос эффективности информационной кампаний: обеспечить мониторинг СМИ и используемых ресурсов, PR-потенциал сайтов профессиональных сообществ и социальных сетей своего учреждения.

Одним из способов подачи контента может стать *информационный проект*, целью которого является распространение информации среди населения, большой аудитории потенциальных посетителей. Он может охватывать освещение большого круга вопросов или быть направлен на подробное освещение одной темы.

Проекту присуща целостность в подаче материала, структурность, способность привлекать внимание широкой аудитории к определенной теме, длительность воздействия, масштабность. Автор проекта имеет возможность расставить акценты в подаче информации, выделить наиболее важное, привязать материал к интересным событиям. У проекта могут появиться партнеры, спонсоры.

2.2. Информационная поддержка мероприятий КДУ

Информационный повод – маленькая, но очень важная деталь необходимая для организации информационной поддержки любого мероприятия — это именно то, что должно быть интересно, прежде всего, средствам массовой информации.

Информационная поддержка мероприятий является одним из самых трудоемким, сложным и многоуровневым процессом. Бывает и так, что событие не имеет ни малейшего информационного повода. В этом случае приходится, в буквальном смысле, выискивать и цепляться за самую крохотную деталь ведь наличие информационного повода является ключевым моментом, при подготовке информационной поддержки, от этого напрямую зависит успех проводимого мероприятия. Поэтому, если есть возможность «раздуть» мероприятие в некий информационный повод, не стоит от него отказываться. Сколько людей побывают на вашем мероприятии? А сколько узнают о нем из новостей?

Для таких мероприятий как концерты, презентации, выставки, форумы, конференции, акции, конкурсы, фестивали информационная поддержка является первоочередной, и для таких мероприятий важны анонсы, нацеленные не только на привлечение максимального количества аудитории. Любое анонсирование мероприятия в СМИ повышает статус события, придает ему значимость, как в глазах участников, так и в глазах остальной публики. К тому же, это лишний способ напомнить потребителям о вашем учреждении и его позиционировании.

Безусловно, культурный и эстетический компонент мероприятия должны соответствовать вашей целевой аудитории, которая должна узнавать о событии заранее. В зависимости от формата и масштабности мероприятия и характеристик аудитории для мероприятий местного значения достаточным является период от месяца до двух недель. Чем более масштабным является ваше мероприятие, чем больших временных и финансовых затрат требует участие в нем, тем раньше должно начаться оповещение.

Способы оповещения зависят от формата мероприятия и предполагаемой аудитории. Если мероприятие носит открытый и массовый характер — это может быть реклама в СМИ. Для массовых мероприятий эффективными будут наружная реклама и лифлетинг (распространение информационных листовок). В случае с аудиторией моложе 35 лет уместно использовать интернет-ресурсы информационных партнеров.

Привлечение информационных спонсоров также является одним из основных моментов в организации информационной поддержки. Нужно четко знать, в каком

ключе нужно подать информацию, чтобы привлечь максимальный интерес со стороны СМИ, именно от него зависит насколько будет интересно то или иное события.

В любом случае при подборе арсенала информационных средств надо учитывать не только целевую аудиторию события, но и характер самого мероприятия, уместность информации о нем в рамках того или иного информационного ресурса.

2.3. Рекомендации по составлению релизов в СМИ

Информационный повод должен быть актуальным, а его актуальность определяет грамотно написанный *пресс-релиз*.

Специалисты учреждений культуры Мурманской области, имея возможность пиарить деятельность учреждения на сайтах и в печатных изданиях, иногда сталкиваются с проблемой написания текстов. В действительности, если знать структуру и виды текстов, то их написание не составит труда.

Как мы говорили выше - информационный повод - главное условие для написания текста релиза с целью привлечения журналистов или посетителей. Народные календарные праздники всегда привлекают и СМИ, и посетителей. Конкурсы, мастер-классы, выставки всегда требуют от составителя текста выявления актуальности или уникальности мероприятия, чтобы привлечь внимание и желание получателя информации посетить мероприятие. Потенциальный посетитель мероприятия должен понять, в чем интерес этого мероприятия, почему он должен пойти именно к вам? К этим текстам относятся все виды пресс-релизов: анонс-релиз, ньюс-релиз и пост-релиз (таблица 3).

Пресс-релиз — это официальное сообщение учреждения, рассылаемое в СМИ с целью получения общественного отклика.

В пресс-релизе должны быть:

- ✓ информационный повод (информация, привлекающая внимание и вызывающая интерес общества);
- ✓ дискуссионность;
- ✓ актуальность.

Текст пресс-релизов предназначен для прессы с целью освещения вашего мероприятия. В процессе написания важно определить целевую аудиторию: для кого пишем?

Существует еще одно правило: один текст – одно событие. Исключением будет описание фестиваля, в рамках которого проводятся и выставки, и конкурсы, и мастер-классы. В таких текстах первый абзац раскрывает суть всего мероприятия, а затем под отдельными заголовками необходимо раскрыть краткое содержание мероприятий.

Как показывает практика, специалисты КДУ Мурманской области чаще предоставляют только *пост-релизы* или *информационные статьи* о проведенных мероприятиях, которые размещаются на официальных сайтах Министерства культуры Мурманской области и ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова». Но информацию можно отправлять и до

мероприятия – это *анонс-релиз*. Его отправляют заранее журналистам и размещают на официальном сайте КДУ и на сайтах информационных партнеров.

Ньюс-релиз призван освещать при необходимости длительные мероприятия и публикуется во время проведения мероприятия.

Таблица 3.

Виды пресс-релизов

Вид пресс-релиза	Сроки публикации	Особенности составления
Анонс-релиз	публикуется за 10 дней до события, содержит краткое сообщение о предстоящем событии, приглашает принять участие. Обязательно должны быть указаны: дата, время, место проведения.	<ul style="list-style-type: none"> – оформляется на официальном бланке учреждения; – имеет заголовок, привлекающий внимание; – лид – первый абзац текста, который очень кратко содержит основную информацию. Отвечает на вопросы: Кто? Что? Когда? Где? Почему? О какой новости вы рассказываете? Что за событие произошло и почему? Кто его организаторы и участники? Именно лид прочитывают журналисты и посетители сайтов, и если он не заинтересовал, то остальную часть документа никто читать не будет. Объем – до 40 слов. – основной текст, раскрывающий суть, подробности информационного повода, актуальность. Объем – 3-4 абзаца; – последний абзац – название, адрес и телефон учреждения; – ФИО автора пресс-релиза, контактные данные.
Ньюс-релиз	это ежедневное информационное сопровождение мероприятия, которое длится несколько дней.	<ul style="list-style-type: none"> – оформляется на официальном бланке учреждения; – заголовок для следующего дня того же события; – важное событие текущего дня и его актуальность, возможен анонс о следующем дне мероприятия; – последний абзац – название, адрес и телефон учреждения; – ФИО автора пресс-релиза, контактные данные, дата.
Пост-релиз	Отправляется на сайты и в газеты сразу после события или на следующий день, иначе теряется информационный повод, а итоги запоздалого мероприятия уже никому	<ul style="list-style-type: none"> – оформляется на официальном бланке учреждения; – Когда? Где? Кем проводился? Для кого? С какой целью? – основной текст: чем это мероприятие было интересно или уникально? Его периодичность? Кому и за что присудили звания лауреатов? В чем ценность,

	не интересны.	престиж, эксклюзивность данного мероприятия? Достиг ли организатор поставленной цели? Что дает участникам победа в вашем мероприятии?
--	---------------	---

Объём всех релизов – одна страница, их пишут кратко и ёмко, в едином стиле. Возможно добавление цитат официальных лиц, цифр, фактов.

Информационная статья отличается от пресс-релизов повествовательным или описательным стилем изложения, объёмом до пяти страниц. Здесь главное не объём, а полезность информации для читателя. Это осмысление и анализ значительного явления с целью донести те или иные моменты до читателя, рассказать о событиях, фактах, явлениях.

Весь текст информационной статьи условно состоит из трех частей.

1. Вступление: Что? Где? Когда? Кто проводит и зачем?
2. Основная часть рассказывает о содержании мероприятия, интересных факта, событиях, явлениях. Как? Почему? Зачем? Как вы достигли цели, описанной в первой части.
3. Выводы, заключение: выполнены ли цели и задачи? Краткий итог.

Не стоит перегружать первый абзац, первые вопросы раскрываются кратко и четко.

Остальные, по смыслу и логике, раскрываются последовательно, распределяя их по степени важности в основной части. Вывод должен перекликаться со вступлением, и читатель должен понять, достигнуты ли ожидаемые результаты.

Мысль излагается чётко, грамотно, конкретно, простыми предложениями и с фактами, уточнениями, разъяснениями, чтобы у получателя информации не было вопросов в процессе прочтения. Не нужно делать лирические отступления, повторы. Не допускайте опечаток, избегайте избитых выражений, пустых фраз, уменьшительных слов, самовосхваления, преувеличения или излишней драматичности. Главное, чтобы информация была актуальной и востребованной, достоверной, полезной и интересной.

В статьях и пост-релизах к конкурсам списки победителей лучше фиксировать в протоколе и прикреплять дополнительной информацией к основному тексту.

При написании любых текстов помните: писать надо интересно и понятно для вашего читателя. В информационной статье важно показать не только то, что произошло по факту на мероприятии, но и то, какая была проведена подготовительная работа руководителями, коллективами. Необходимо выделить их особенности, достижения, показать их уровень и рост. Интервью с членами жюри даст профессиональную оценку уровня подготовки коллектива или мастера, насколько они соответствовали критериям мероприятия. Интервью с руководителями коллективов раскроет интересные факты подготовительной работы, выбора репертуара, костюмов, покажет объем проделанной работы. С участниками – даст новые интересные

эмоциональные факты. Автору информационной статьи не нужно давать свою оценку происходящему мероприятию, ее могут дать руководитель учреждения или результаты опросов непосредственных участников.

В статье не рекомендуется делать замечания и писать отрицательные стороны, потому что любые недочеты – это ваши ошибки, как организаторов, их просто нужно учесть.

Писать о мероприятиях культурно-досуговых учреждений не так сложно, если понимать, как писать, зачем и с какой целью. При минимальном бюджете писать статьи, популяризируя деятельность учреждения на сайтах КДУ районов и области – отличный выход. Именно поэтому на официальном сайте ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им С.М. Кирова» работает раздел «Новости культурно-досуговых учреждений». Это попытка создать площадку общения для специалистов КДУ, чтобы освещать мероприятия, которые проходят в области в настоящее время. Совместно создать культурно-информационное пространство и писать интересные материалы в наших силах.

2.4. Как подобрать фотографии к пресс-релизу, обзорам и новостям

Фотографии информативно дополняют любой материал. Чтобы заинтересовать пользователя, фотография должна быть «цепляющей». И здесь речь идет не о правильно выстроенной композиции или настройках цветового баланса, а об идее, которую несет фотография. Хотя не будем скидывать со счетов и хорошее качество фото.

Выбирая фото, прежде всего следует определиться с их количеством: если фото подбирается к небольшому тексту (0,5-1 страницы формата А4), то скорее всего, в самом тексте будут опубликованы 1-2 фотографии. В таком случае лучше подобрать до пяти фото, чтобы у редактора была возможность выбора. Исключение составляют фотографии, которые предоставляются в электронные издания: здесь есть возможность создания галереи, и даже к небольшому текстовому материалу можно прикрепить ссылку на 20, 30 и более фотографий для создания фоторепортажа.

Фотографии лучше предоставлять редакторам в самом распространенном формате JPG с размером примерно 3000x4000 пикселей.

Ошибочны рассуждения, что лучше всего предоставлять фоторедактору, размещенные сразу в текстовом документе формата Word. Фотографии необходимо предоставлять редактору только отдельно, так как, если их сразу вставить в текст, то для их дальнейшей публикации придется их извлечь из текста и сохранить отдельным файлом. Это связано с тем, что все специальные программы для верстки как бумажных, так и электронных СМИ не приспособлены для того, чтобы конвертировать (преобразовывать) целиком текст и картинку MSWord в нужный формат. Таким образом, осуществляется двойная работа: вы вставляете картинку в свой текст, а потом дизайнер ее оттуда вырезает и пересохраняет. Очевидно, что проще для редактора, если автор предоставит фотографии отдельным файлом.

Как выбрать фотографии? Наиболее удачно могут проиллюстрировать текст фотографии, на которых удалось запечатлеть красивые моменты, наиболее подходящие к теме сюжета. Дальше из всех отобранных фотографий выбираются те, на которых сюжет раскрыт ярко, на лицах участников видны эмоции. Если в соответствии с текстом необходимо использовать фото со статичными объектами (обновленный зал, новая площадка, приобретение высокотехнологичного мультимедиа оборудования и т.п.), то лучше будут смотреться снимки, на которых с этими объектами взаимодействуют люди. Такие фотографии не только смотрятся интереснее, но и «приглашают» к прочтению статьи.

Стоит обратить внимание и на задний план на фото, ведь он может испортить все впечатление от фотографии, если в кадр попадает строительный или любой другой мусор, сваленный в кучу, вещи, зевающие или «спящие» люди, люди в нелепых позах, любые другие объекты, не имеющие никакого отношения к изображенному на фото. Мелкие дефекты часто можно устранить с помощью графических редакторов, например, Photoshop, можно просто обрезать неудачную часть фотографии даже в простейшем редакторе Paint.

Бывает так, что мероприятие прошло, а фотографий нет, или все они оказались неудачными. В таком случае есть несколько вариантов: предоставить редактору фотографию учреждения, логотип (эмблему) мероприятия, о котором идет речь в тексте. Или можно добавить соответствующую тексту графическую картинку, скачав ее из интернета.

Идеи для создания вовлекающих фото-публикаций:

- закулисье, например, фото коллектива за работой или во время перерыва, фотографии скрытых от зрителя процессов творческой деятельности;
- анонсы будущих продуктов и услуг для подогрева интереса посетителей;
- фото-креативы и т.д.

Сложно спорить с тем, что визуальный контент несет первостепенную роль, выполняя функцию «наживки» для пользователя в тот момент, когда он быстро прокручивает ленту приложения для поиска информации или обращается к официальному сайту учреждения. Визуальный контент обрабатывается мозгом в тысячи раз быстрее, чем текст, и является основным фактором, который заставляет человека остановить свой взгляд на публикации и спустить его чуть ниже - на подпись к фотографии.

3. Ведение официального сайта КДУ и социальных сетей

Одним из важных критериев информационной деятельности КДУ является наличие собственного информационного ресурса - сайта, портала, сайта-визитки. Предпочтительнее иметь полноценный сайт, информация о деятельности учреждения, на котором будет обновляться ежедневно, что позволит потенциальному посетителю, заинтересовавшемуся деятельностью учреждения осознавать, что организация дееспособна и состоятельна.

Официальный сайт — это не только место, где публикуют обязательную информацию, но и инструмент, который помогает увеличить доходы культурно-досугового учреждения, в том числе за счет притока новых потребителей услуг.

О нормативно-правовых актах, регламентирующих информационное сопровождение деятельности культурно-досуговых учреждений и об информации, которую КДУ обязано размещать на своем официальном сайте, согласно нормативно-правовым актам, мы говорили в сборнике «Организационно-правовое обеспечение деятельности культурно-досугового учреждения в главе» в 5 главе². Вернемся лишь к краткой характеристике нормативно-правовой базы, регламентирующей деятельность по созданию, ведению и наполняемости официального сайта КДУ (таблица 4).

² «Организационно-правовое обеспечение деятельности культурно-досугового учреждения» // ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им С.М. Кирова». 2021. Выпуск № 2. С.36-46.

**Краткая характеристика нормативно-правовой базы, касающаяся
наполнения сайта и присутствия учреждения в сети интернет**

№ п/п	Наименование НПА	Краткая характеристика НПА
1.	Закон РФ от 09.10.92 г. № 3612-1 (статья 36.2 Информационная открытость организаций культуры)	НПА содержит рекомендации по организации независимой оценки качества условий оказания услуг организациями культуры, предусматривающую оценку условий оказания услуг по таким критериям, как открытость и доступность информации об организации культуры.
2.	Федеральный закон от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ	Федеральный закон регулирует отношения, связанные с защитой детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, в том числе от такой информации, содержащейся в информационной продукции. Закон содержит возрастные ограничения на распространении информации, запрещает распространение информации категорий кроме «0+» без знака информационной продукции за некоторыми исключениями (ст. 11 Закона).
3.	Федеральный закон от 01.12.2014 № 419-ФЗ	Данным НПА руководствуются при размещении на официальных сайтах информации о порядке обеспечения доступности для инвалидов объектов и услуг, наличии сертификации уровня доступности, а также адаптации самого сайта для использования лицами с нарушениями зрения.
4.	Приказ Министерства культуры РФ от 20.02.15 г. № 277	Основной нормативный акт, которым руководствуются при наполняемости и ведении сайта КДУ. Документ содержит требования к содержанию и форме представления информации о деятельности КДУ, размещаемой на официальных сайтах учреждения.
5.	Приказ Минкультуры РФ от 22.11.2016 г. № 2542	В документе представлены в табличном формате показатели, по которым проводится независимая система оценки качества оказания услуг КДУ, в том числе открытость и доступность информации (в баллах).
6.	Приказ Министерства культуры РФ от 27.04.18 № 599	Документом утверждены показатели, характеризующие общие критерии оценки условий оказания услуг организациями культуры (с учетом ведения сайта учреждения).
7.	Приказ Министерства финансов РФ от 21.07.2011 № 86н	Документ содержит Порядок предоставления информации государственным (муниципальным) учреждением, ее размещения на официальном сайте в сети Интернет и ведение указанного сайта.
8.	Приказ Минтруда от 07.10.2013 № 530н	Документ регулирует размещение информации о противодействии коррупции. В нем установлены четкие требования к обязательному подразделу «Противодействие коррупции» на сайтах учреждений. Регламентированы структура и содержание подраздела, (статьи 6-28), в тех частях, которые относятся к учреждениям культуры.
9.	Письмо Минпросвещения	Документ содержит методические рекомендации по

	России от 29.08.2019 № 06-920	информационному сопровождению мероприятий Комплексного плана противодействия идеологии терроризма в Российской Федерации на 2019-2023 гг. в субъектах Российской Федерации.
10.	ГОСТ Р 52872-2012 Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению	Документ содержит уточнение критериев доступности информации для инвалидов по зрению, особенности наполнения и оформления сайта для доступа людей с нарушениями зрения - детализация одного из критериев оценки качества.

Использование современных интернет-технологий расширяет возможности КДУ по взаимодействию с потенциальными посетителями, позволяет существенно повысить эффективность и качество обслуживания населения. Получение открытой и достоверной, а главное своевременной информации на веб-ресурсе учреждения в свою очередь способствует формированию культурного диалога и активной позиции населения.

Очень важно привлекать на сайт посетителей, постоянно актуализируя информацию и размещая полезные материалы, ведь современный сайт — это визитная карточка учреждения, которая служит источником дополнительных просмотров, а они, в свою очередь, учитываются в рамках национального проекта «Культура» как количественные данные посещения мероприятий и исполнение показателя «Увеличение числа обращения к информационным ресурсам», то есть сайтам учреждений.

Если КДУ зарегистрировано на платформе «PRO.Культура.РФ» как участник программы «Пушкинская карта»³, то на своем сайте необходимо обеспечить наличие логотипа «Пушкинская карта» с активной ссылкой на сайт «Культура.РФ», где размещена информация о проводимых мероприятиях в учреждении в рамках этой программы.

На сайте для посетителя, владельца или потенциального пользователя Пушкинской карты можно разместить:

- ✓ общую информацию о программе, о том, какие преимущества она дает пользователям;
- ✓ рекомендации, как оформить Пушкинскую карту со ссылкой на портал и приложение Госуслуги;
- ✓ установить фильтрацию событий, для того чтобы выделить мероприятия, участвующие в программе «Пушкинская карта»;
- ✓ поместить на афише буквенную или графическую пометку, которая будет указывать, какие из мероприятий участвуют в программе «Пушкинская карта»;

³ Программа «Пушкинская карта» реализуется с 1 сентября 2021 года Министерством культуры Российской Федерации по инициативе президента России В.В. Путина, позволяющая реализовать меры социальной поддержки молодежи в возрасте от 14 до 22 лет для повышения доступности организаций культуры. Правила реализации этих мер утверждены постановлением Правительства РФ от 08.09.2021 № 1521.

✓ ссылку на Афишу Мурманской области - Пушкинская карта (<https://www.culture.ru/afisha/murmanskaya-oblast/pushkinskaya-karta>)

При размещении информации на сайте или афишах об участии в программе «Пушкинская карта» необходимо использовать единый фирменный стиль программы «Пушкинская карта» (рис. 2). Доступ к бренд-буку открыт на портале «Культура.РФ».



Рис.2. Бренд-бук программы «Пушкинская карта»

Вся информация, размещаемая на официальном сайте учреждения, дублируется на официальных страницах культурно-досугового учреждения в социальных сетях. Наличие социальных групп в интернет-сетях свидетельствует о расширении информационного пространства учреждения, что существенно расширяет возможности взаимодействия с потенциальными посетителями.

Помимо информации о деятельности учреждения, на страницах в социальных сетях размещаются и тематические материалы и подборки, рассказывающие о сфере государственной национальной политики в области, регионе и в стране в целом.

Для учреждений культуры социальные сети — это площадка для решения следующих задач:

✓ выстраивание имиджа учреждения, популяризация деятельности учреждения культурно-досугового типа;

- ✓ повышение посещаемости мероприятий, посредством распространения информации о предоставляемых услугах и мероприятиях на площадке учреждения;
- ✓ формирование сообщества вокруг КДУ;
- ✓ повышение посещаемости официального сайта, посредством распространения информации о деятельности культурно-досугового учреждения с прямыми ссылками на сайт;
- ✓ коррекция работы учреждения.

Страница или группа КДУ в социальной сети должны быть открыты для всех. Закрытые сообщества не способствуют решению поставленных задач. Потенциальные и постоянные посетители, информационные партнеры и коллеги должны видеть активность учреждения в социальной сети.

Страница или группа — это официальное представительство учреждения, поэтому публикации должны выпускаться только от имени сообщества. Для этого «стена» на странице учреждения должна быть ограниченной, но не ограничена возможность комментирования публикаций посетителями страницы.

В сообществах есть больше возможностей для продвижения учреждения в социальной сети и анализа ее деятельности: здесь можно просматривать статистику (охват аудитории, посещаемость, активность и др.), использовать возможности рекламного кабинета, настраивать приложения, которые позволяют дополнительно вовлекать аудиторию.

Продвижение через различные социальные платформы - это полноценный маркетинг в социальных сетях - SMM (от англ. *Social media marketing*). Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения учреждения или услуги и решения других задач. По-простому — это коммуникация с будущим потребителем услуги через социальные сети.

Здесь основной упор делается на создании текстового или визуального сообщения, которое будет распространяться через социальные сети самостоятельно, уже без участия организатора. Считается, что сообщения, передаваемые по социальным сетям, вызывают больше доверия у потенциальных потребителей услуги. Это связано с рекомендательной схемой распространения в социальных медиа за счёт социальных связей, лежащих в основе взаимодействия.

Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, и наиболее подходящие способы коммуникации с ней, при этом в наименьшей степени затрагивая не заинтересованных в этой информации людей.

Данную технологию активно используют и средства массовой информации (СМИ). Они создают свои учётные записи в социальных сетях, размещают свой контент и тем самым собирают подписчиков (читателей своего продукта).

Основными задачами маркетинга для КДУ в социальных сетях считаются продвижение бренда (брендинг), повышение лояльности аудитории и известности, PR и увеличение посещаемости своего официального сайта.

Для культурно-досуговых учреждений инструментами SMM являются ведение страниц в социальных сетях, информационные сообщения в различных сообществах, общение в комментариях, реклама, работа с чатами, мониторинг позитивного и негативного фона, оптимизация медиапространства.

Эффективность информационной деятельности учреждения в социальных сетях оценивается по трем параметрам: охват аудитории, эмоциональные показатели и показатели вовлечения.

Продвижение в социальных сетях имеет ряд преимуществ перед классическим маркетингом и другими инструментами онлайн-продвижения. Информация в социальных сетях интерактивна, имеет нерекламный формат и быстро распространяется по «сарафанному радио», ее легко можно сфокусировать на нужной аудитории. Грамотная организация работы в сообществах наряду с четким определением целевой аудитории ведут к значительному повышению количества участников мероприятий.

Существенную помощь в продвижении культурно-досуговых учреждений оказывают активисты-общественники, которые посредством репоста размещают информационные материалы учреждения на своих страницах в социальных сетях со ссылкой на источник. Это привлекает определенную часть аудитории социальных сетей, посещающих эти страницы. По прямой ссылке, указанной в репосте, интернет-пользователи посещают сайт или страничку учреждения в социальных сетях. Например, Министерство культуры Мурманской области оказывает всестороннюю поддержку учреждениям культуры области в популяризации богатейшего культурного наследия Мурманской области.

3.1. Анализ информационных ресурсов ГОАУК «МОДКиНТ им. С.М. Кирова» с точки зрения информационной открытости

С 2006 года ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» (далее – Дворец культуры) работает над проблемой расширения информационной среды, с этой целью создан сайт учреждения <https://odkkirova.ru> (рис. 3)

Проведем анализ сайта Дворца культуры им. С.М. Кирова с точки зрения информационной открытости (таблица 5).



Рис. 3. Главная страница официального сайта ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» - <https://odkkirova.ru>

**Информационная открытость и доступность
ГООАУК «Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества
им. С.М. Кирова»**

№ п/п	Критерий	Характеристика
1.	Быстрота поиска информации.	Ссылка на сайт Дворца культуры и на страницу «Вконтакте» в поисковой системе Yandex находится на первом месте, «Одноклассники» - на четвертом. Остальные результаты поиска (покупка билетов, афиша событий) также дают информацию о Дворце, что позволяет сделать вывод: пользователь через поисковую систему может быстро найти необходимую ему информацию о деятельности учреждения.
2.	Удобная и понятная навигация на сайте.	<p>Навигация сайта Дворца строится так, чтобы пользователь затратил минимальное количество времени на ориентирование и понимание того, где он находится и состоит из следующих составляющих:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Верхний колонтитул содержит: <ul style="list-style-type: none"> - логотип Дворца - ссылка на главную страницу, ее присутствие остается при переходе на другие страницы сайта; - логотип Министерства культуры Мурманской области - учредителя Дворца, с активной ссылкой на сайт Министерства; - логотип «Пушкинская карта» с активной ссылкой на портал Культура РФ. ○ Меню структурирует основное содержание сайта — это основная навигационная панель и состоит из следующих рубрик: О нас, Новости, Медиа, Мероприятия, Методический центр, Заявка онлайн, Поиск. ○ Поиск - помогает пользователю быстро найти необходимую публикацию или информацию, ограничив поиск временными рамками; ○ Дополнительные ссылки по теме, ссылки внутри текста - выделенные текстовые блоки или слова в тексте, позволяющие разместить дополнительную информацию; ○ Афиша ближайших мероприятий, анонсы; ○ Нижний колонтитул содержит вспомогательную панель, состоящую из иконок различных сайтов, и активных ссылок на страницы КДУ в социальных сетях и облегченной версии меню, которая состоит из следующих пунктов: Контакты и Окно для обратной связи с посетителями сайта. <p>Набор приемов и средств навигации на сайте позволяют посетителю сайта свободно на нем ориентироваться и быстро находить нужную ему информацию, с количеством переходов от главной страницы сайта не более двух.</p>
3.	Информативность	Количество и насыщенность информации, содержащейся на

	сайта.	<p>сайте Дворца:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ «Главная страница» – содержит последние новости сайта, информацию о предстоящих мероприятиях, опрос. Также здесь размещена информация для владельцев «Пушкинской карты». ○ Вкладка «О нас» - отображает полную информацию о КДУ - дата создания, директор, режим работы, структуру и цели организации и содержит следующие информационные разделы: <ul style="list-style-type: none"> - «Наши коллективы» - страница содержит информацию о каждом клубном формировании Дворца, а также возможность записаться в коллективы Дворца через онлайн-заявку; - «Сотрудники» - здесь представлен список отделов Дворца и Ф.И.О. сотрудников с контактной информацией; - «Пространства» - страница содержит технические характеристики помещений Дворца (залов, гостиных) с перечнем светового и звукового оборудования; - «Контакты» - отображает юридический адрес Дворца, телефоны, электронную почту, официальные страницы «Вконтакте», «Одноклассники», а также канал на YouTube; - «Документы» - страница содержит нормативные документы, регламентирующие деятельность Дворца культуры в различных направлениях работы: антитеррор, антикоррупция, охрана труда, обработка персональных данных и прочее. Страница также содержит Положения конкурсов и фестивалей Дворца культуры, проходящих в текущем году и Положения международных и всероссийских фестивалей при поддержке Министерства культуры области и РФ; - «Архив» - содержит архив новостей Дворца и КДУ области, а также архив Положений мероприятий, уже прошедших во Дворце в текущем году; - «Отзывы» - страница для выявления удовлетворенности пользователей деятельностью Дворца культуры. ○ Вкладка «Новости» содержит архив всех новостей Дворца и новости КДУ Мурманской области. ○ Вкладка «Медиа» - страница, содержащая фото и видеоматериалы с прошедших событий Дворца культуры (концертов, фестивалей, конкурсов, семинаров и т.п.). ○ Вкладка «Мероприятия» содержит информацию о проводимых Дворцом международных, всероссийских и областных мероприятиях, положения к ним. ○ Вкладка «Методические центр» - страница содержит методические рекомендации, обзоры, иные документы методического характера по вопросам деятельности КДУ города и области, деятельности любительских объединений и клубов области, Государственное задание Дворца культуры на текущий год. ○ Вкладка «Нематериальное культурное наследие» содержит Положение «О Едином реестре объектов нематериального культурного наследия Мурманской области», каталог описанных объектов.
4.	Частота смены информации.	Информация на сайте пополняется ежедневно. Такой график позволяет осветить всю деятельность Дворца культуры в полной мере.

5.	Возможность обсуждения информации. Наличие обратной связи с потребителями услуг.	Посетителям сайта и официальных групп КДУ в социальных сетях предоставлена возможность оставить отзывы или комментарии на любую публикуемую новость. Окно для обратной связи находится в нижнем колонтитуле сайта. Так же для выявления удовлетворенности пользователей деятельностью Дворца культуры на официальном сайте размещаются Отзывы во вкладке «О нас». Обратная связь на сайте налажена.
6.	Гиперссылки.	Информация о деятельности КДУ публикуется на сайтах различных учреждений культуры Мурманской области и прочих информационных сайтах региона со ссылкой на официальный сайт Дворца культуры, что повышает посещаемость сайта. Так же сама структура сайта содержит множество гиперссылок, которые позволяют пользователю легко переходить между страницами сайта, для наиболее полного изучения информации.
7.	Посещаемость сайта.	Технологические и программные средства, которые используются для функционирования официального сайта, должны обеспечивать круглосуточный доступ к размещенной на официальном сайте информации без дополнительной регистрации и иных ограничений. В среднем, официальный сайт Дворца посещают около 3 000 пользователей.

При анализе официального сайта КДУ в ходе проведения независимой оценки качества оказываемых услуг оценивается и доступность информации. В идеале пользователь должен находить любой документ не более чем за три перехода со стартовой страницы сайта.

Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова имеет официальные страницы в социальных сетях: «ВКонтакте», «Одноклассники», а также канал на YouTube. Официальные страницы Дворца культуры в социальных сетях «Facebook» и «Instagram» прекратили свое существование после признания их террористическими и запрещенными на территории Российской Федерации и более не поддерживаются.

Группа «ВКонтакте» объединяет более 10 000 участников (*по состоянию на 17.10.2022 – 10394 человека*), интересующихся деятельностью Дворца. Группа ежедневно пополняется новой информацией, связанной с деятельностью Дворца и культурной жизнью Мурманской области. Также посредством группы участники получают приглашение на каждое мероприятие Дворца культуры, а затем могут просмотреть фото- и видеоотчет прошедших мероприятий.

Страница «VK» служит связующим звеном между Дворцом культуры и участниками крупных и знаковых фестивалей для Мурманской области: «Созвездие», «Полярные звезды», «Полярный круг» и Регионального проекта кавер-исполнителей #CoverShowMurman.

Страница на сайте «Одноклассники» объединяет более 300 пользователей (*по состоянию на 17.10.2022 – 360 человек*), которые так же получают полную информацию о мероприятиях Дворца.

На канале YouTube размещаются видео концерты, организованные Учреждением.

Таким образом, анализ информационных интернет-ресурсов ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» в соответствии с представленными критериями позволяет сделать вывод о его информационной открытости для потребителей услуг, доступности информации для разных целевых групп.

Наличие социальных групп в интернет-сетях свидетельствует о расширении информационного пространства Дворца культуры, что существенно увеличивает возможности учреждения по взаимодействию с населением.

4. PR-сопровождение мероприятия на примере проекта ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им С.М. Кирова» - IX Межрегиональный фестиваль фольклора «БЕЛОМОРЬЕ»

IX Межрегиональный фестиваль фольклора «Беломорье» – это ярчайшее культурное событие в регионе, которое неизменно привлекает внимание не только жителей Мурманской области, но и любителей фольклора со всей России.

Фестиваль проводится раз в три года, впервые был организован в 1981 году и традиционно является одним из самых ярких культурных событий Кольского Заполярья. Его отличительными особенностями являются национальные поморские костюмы участников, а также торговые ряды с вкусными традиционными угощениями и самобытными произведениями искусства от народных мастеров из разных городов России.

Последние восемь лет основная работа по его организации выполняется специалистами Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова. Для каждого фестиваля готовится уникальная программа, приглашаются звёзды российского уровня, и прошедший в 2022 году, не стал исключением.

В июне 2022 года IX Межрегиональный фестиваль фольклора «Беломорье» наполнил Кандалакшский район и Терский берег гостями со всей страны, бережно хранящих народные традиции и традиции Русского Севера. Коллективы, народные мастера и блогеры из Республик Карелия и Коми, Ленинградской, Новгородской, Мурманской, Вологодской, Ярославской, Псковской, Архангельской областей, городов Санкт-Петербург и Москва прибыли, чтобы познакомить всех с поморской культурой.

Фестиваль проходил при поддержке Министерства культуры Мурманской области, Администрации муниципального образования Терский район, Администрации муниципального образования Кандалакшский район, Администрации муниципального образования городское поселение Умба, при информационной поддержке Филиала Государственного Российского Дома народного творчества имени В.Д. Поленова «Финно-угорский культурный Центр Российской Федерации».

Программу IX Межрегионального фестиваля фольклора «Беломорье» открыл праздник в Кандалакше – гостеприимных воротах в Кольское Заполярье. Основные мероприятия фольклорного фестиваля прошли 18 июня в Умбе. Это место, которое по праву считается колыбелью культуры поморов, стало площадкой для исполнителей народных песен и мастеров традиционных ремёсел. Для жителей и гостей посёлка был организован и проведен концерт коллективов-участников фестиваля, сохраняющие и развивающие поморскую песню во всём её многообразии и красоте, традиционные поморские игры и обряды.

Всего участниками фестивальных дней в Кандалакше и Умбе стало более 4000 человек.

В рамках информационно-рекламной кампании фестиваля «Беломорье» специалистами Дворца культуры была поставлена цель – создать имидж фестиваля, как туристического бренда Мурманской области.

Задачи определялись следующие:

- широкое информирование мероприятия;
- увеличение числа посетителей и туристов за счет усиления рекламы;
- расширение круга потенциальных партнеров;
- повышение узнаваемости и конкурентоспособности фестиваля.

Итогом информационно-рекламной кампании предполагались следующие результаты:

- увеличение количества публикаций в СМИ и сети Интернет;
- рост спроса на посещение фестиваля туристами не только Мурманской области, но и из других регионов;
- развитие положительного имиджа Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова и регионального бренда фестиваля;
- установление партнерских отношений с новыми организациями и физическими лицами;
- сплочение коллектива и развитие волонтерского движения.

PR-сопровождение было разделено на несколько этапов:

- анализ ситуации и постановка предполагаемых результатов, которых необходимо добиться;
- разработка пиар-стратегии, которая включала в себя медиапланирование, работу с прессой, подготовку информационных поводов, пресс-релизов и т.д.;

Информационная работа над Межрегиональным фестивалем фольклора «Беломорье» началась задолго до даты проведения фестиваля 17-18 июня.

Заблаговременно были отправлены официальные письма с приглашением творческих коллективов Мурманской области и других регионов России, сохраняющим и развивающим традиционные поморские игры и обряды, поморскую

песню во всём её многообразии и красоте, мастеров декоративно-прикладного искусства и этно-блогеров к освещению фестиваля.

Анонсы мероприятия были размещены на официальных ресурсах Дворца культуры – сайте, группах Вконтакте и Одноклассники, пресс-релизы разосланы в региональные и федеральные СМИ.

Кроме того, письмо о сотрудничестве было направлено в Туристский информационный центр г. Мурманска. Нам было важно задействовать такой мощный ресурс для освещения фестиваля и привлечения туристов на данное мероприятие.

За четыре месяца в областные СМИ отправлен первый пресс-релиз о проведении Мероприятия. Оформленный на официальном бланке, содержащем все контактные данные Дворца культуры, который анонсировал IX Межрегиональный фестиваль «Беломорье» (Приложение 1).

Первая информация о проведении фестиваля появилась еще в феврале на официальной странице ВК Министерства культуры Мурманской области и региональных СМИ:

The image shows a screenshot of a social media post and a news article. On the left is a post from the 'Министерство культуры Мурманской области' (Ministry of Culture of the Murmansk region) dated February 25, 14:00. The post contains three paragraphs of text about the Year of Cultural Heritage of the Peoples of Russia, mentioning the opening of the festival in Zapolyarye and the development of a regional plan. On the right is a news article from 'ВЕЧЕРНИЙ МУРМАНСК' dated 25.02.2022 at 12:31. The article is titled 'Северян ждут «Беломорье» и «Слово»' and contains three paragraphs of text about the festival and the 'Слово' celebration in the Murmansk region.

Министерство культуры Мурманской области ✓
25 фев в 14:00 · Госорганизация

В Мурманской области утвержден план мероприятий в рамках Года культурного наследия народов России!

Открытие Года культурного наследия народов России в Заполярье состоялось 29 января на областном фестивале национальных культур «Праздник дружбы», который прошел в Областном дворце культуры им. С.М. Кирова. Многожанровый праздник культур разных национальностей, проживающих на территории Мурманской области, прошел под девизом «Единство - через культуру».

Региональный план мероприятий разработан в соответствии с Указом Президента Российской Федерации «О проведении в Российской Федерации Года культурного наследия народов России». Распоряжение по утверждению плана подписано губернатором региона Андреем Чибисом.

Ключевым мероприятием Года культурного наследия в Мурманской области станет IX Международный фестиваль фольклора Русского Севера «Беломорье», который пройдет в июне на берегу Белого моря в Умбе и Кандалакше. В этом году традиционный фестиваль пройдет в новом формате, в программу войдут: выступления коллективов, традиционные игры, публичные лекции и другие мероприятия.

Одним из главных событий Года культурного наследия в Мурманской области станет празднование Дня славянской письменности и культуры. Ключевыми мероприятиями его программы станут праздник «Слово» на площади перед памятником Кириллу и Мефодию, масштабная просветительская программа в Мурманской областной научной библиотеке, телемост «Мурман-Балканы» с писателями Болгарии и Сербии. В 2022 году в рамках Дня славянской письменности состоится торжественная церемония вручения первой Всероссийской литературной Арктической премии им. В.С. Маслова, а также цикл

ГЛАВНАЯ ГАЗЕТА НАШЕГО ГОРОДА
ВЕЧЕРНИЙ МУРМАНСК
НОВОСТИ НОВОСТИ_22 СТАТЬИ ДОКУМЕНТЫ РЕКЛАМА

Северян ждут «Беломорье» и «Слово»

25.02.2022 12:31

В Мурманской области пройдут мероприятия в рамках Года культурного наследия народов России в 2022 году.

29 января уже состоялось открытие на областном фестивале национальных культур «Праздник дружбы», которое прошло в Мурманском областном дворце культуры им. С.М. Кирова.

IX Международный фестиваль фольклора Русского Севера «Беломорье» проведут в июне на берегу Белого моря в Умбе и Кандалакше. В этом году фестиваль пройдет в новом формате: в программу войдут выступления коллективов, традиционные игры, публичные лекции и другие мероприятия.

Традиционный праздник «Слово» пройдет на площади перед памятником Кириллу и Мефодию. Северян также ожидают масштабная просветительская программа в Мурманской областной научной библиотеке и телемост «Мурман-Балканы» с писателями Болгарии и Сербии.

В этом году в рамках Дня славянской письменности состоится торжественная церемония вручения первой Всероссийской литературной Арктической премии им. В. С. Маслова, а также мероприятия в городах региона с участием лауреатов и дипломантов премии – известных российских литераторов.

Специалисты отдела развития Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М.Кирова провели промежуточный мониторинг размещения информации в СМИ:



Фольклор и мода встретятся в Умбе

Фестиваль «Беломорье» состоится после длительного перерыва

01 июня, 2022 09:23 | Культура | Дворецкая Галина



Фото: Лев Федосеев

Фольклорный фестиваль (0+) в Умбе - это событие. Всегда был событием. Раз в три года на два июньских дня наполнялось старинное поморское село, стоящее на берегу Белого моря в Кандалакшском залива в устье реки Умбы, зрителями, гостями, артистами. Артистами особыми, хранящими народные традиции и стремящимися передать их молодым - в надежде, что и те в свою очередь будут передавать их идущим следом.

И звучат в этих заповедных местах народные песни, кружатся хороводы - не только

В Заполярье состоялось открытие Года культурного наследия народов России

В Заполярье состоялось открытие Года культурного наследия народов России

18.03.2022

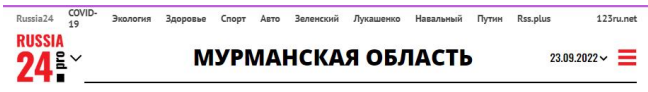
Открытие Года культурного наследия народов России в Мурманской области состоялось на областном фестивале национальных культур «Праздник дружбы», который прошёл в Мурманском областном Дворце культуры и народного творчества им. С.М. Кирова.

Уже более 10 лет многожанровый праздник культур собирает под одной крышей представителей разных национальностей, проживающих на территории Мурманской области. За время проведения фестиваль стал настоящим праздником мира, добра и дружбы, одним из значимых мероприятий в нашей области. Каждый год мероприятие проходит под девизом «Единство - через культуру», ведь именно культура является важным мостиком к пониманию друг друга.

Корреспондент газеты «Мурманский Вестник» Галина Дворецкая очень подробно рассказала, как прошёл фестиваль национальных культур «Праздник дружбы» в 2022 году. (ссылка на статью <https://www.mvestnik.ru/society/shire-krug-i-zvonche-pesnyu/>).

Самым значимым и масштабным мероприятием Года культурного наследия в Кольском Заполярье станет Международный фестиваль фольклора Русского Севера «Беломорье», который пройдет в июне в старинном поморском селе Умба на берегу Белого моря и в городе Кандалакша. В этом году традиционный фестиваль изменит свой формат проведения и в его программу войдут не только выступления коллективов и традиционные игры, но и публичные лекции, и другие мероприятия.

Ещё одним важным событием Года станет празднование Дня славянской письменности и культуры. По традиции в программу проведения мероприятия войдут: праздник «Слово» на площади перед памятником Кириллу и Мефодию в городе Мурманск, масштабная просветительская программа в Мурманской областной научной библиотеке, телемост «Мурман-Балканы» с писателями Болгарии и Сербии. Кульминацией Дня славянской письменности станет торжественная церемония вручения первой **Всероссийской литературной Арктической премии им. В.С. Маслова**, а также цикл мероприятий в городах региона с участием лауреатов и дипломантов премии – известных российских литераторов.



Первые новости

Все города России от А до Я

Мурманск на Ria.city →

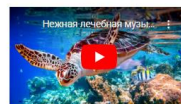
Russia24.pro – непрерывные новости из регионов России 24/7 на русском • новости Москвы и Подмосковья от MoscowMedia и мировые новости от Ria24.net и партнеров в календарном формате (вчера, сегодня и сейчас) совместно с 123гилет и платформой СМИ24.net

На юге Мурманской области вновь пройдет традиционный фольклорный фестиваль «Беломорье»

10 июня, 2021

Murman.Ru

318



НОВОСТИ

16.06.2022, 12:30

В Терском районе пройдет межрегиональный фестиваль фольклора «Беломорье»

На юге Кольского полуострова пройдет самобытное культурное событие - Межрегиональный фестиваль фольклора «Беломорье». В этом году площадками фестиваля станут Кандалакша и Умба. 17 и 18 июня на Терский берег съедутся коллективы, народные мастера и блогеры из Республик Карелия и Коми, Ленинградской, Новгородской, Мурманской, Вологодской, Ярославской, Псковской, Архангельской областей, городов Санкт-Петербург и Москва. Участниками фестиваля станут представители 21 творческого коллектива и 58 мастеров – всего более 300 человек.

В первый день фестиваля в Кандалакше состоится концерт-презентация, пройдут мастер-классы от участников.

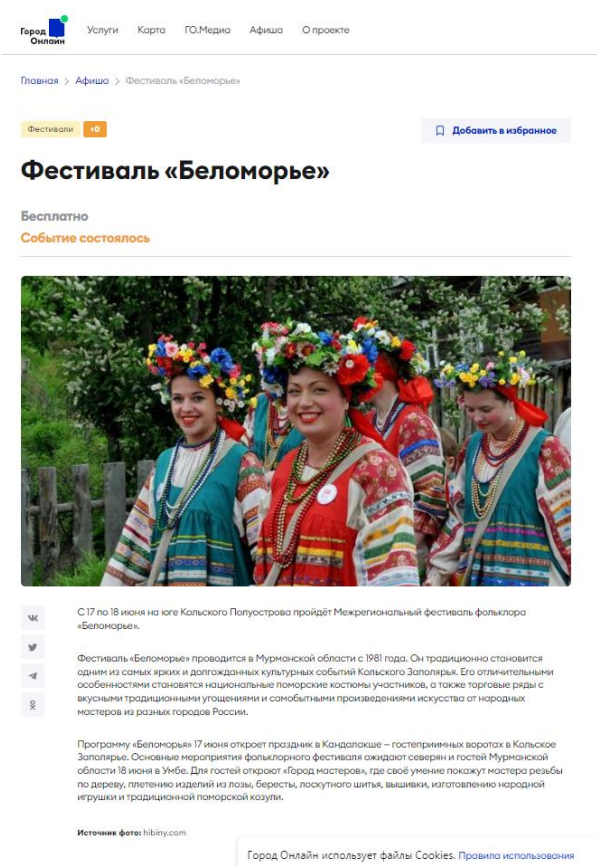
18 июня праздник творчества продолжится в Умбе. В 14 часов на Октябрьской площади и поляне Регата откроются выставка-ярмарка «Город мастеров», площадки традиционных игр и обрядов «Северные игры». В программе показы модных коллекций, перформансы, спектакли, публичные лекции и мастер-классы по изготовлению изделий народных промыслов. Для гостей фестиваля будет работать «Ярмарка вкуса» с блюдами поморской кухни. Вечером состоится «Поморская вечерка» с участием певицы Марины Девятовой, Андрея Кирякова и проекта «Три балалайки», фолк-бэнда «Шемрок» и ансамбля народной песни «Любава».

Двухдневная программа «Беломорья» продолжится местным праздником «РыбаFest». Мероприятие организовано Терским районом и пройдет в Умбе 19 июня. На площади Регаты будут работать интерактивные площадки, песенно-игровая программа, гастрономические ряды и «Город мастеров».

С программой праздников можно ознакомиться на странице Министерства культуры в социальных сетях.

Напомним, впервые фестиваль «Беломорье» состоялся в 1981 году. С тех пор раз в три года на Терском берегу встречаются фольклорные коллективы и мастера народного творчества из разных уголков России.

Фото: ДК им. Кирова



Фестиваль имеет и свою эмблему - логотип, несущий свою смысловую нагрузку. Логотип проекта, в первую очередь, является основным смысловым элементом визуальной коммуникации, представителем визуального образа организации или проекта, а потому должен содержать в себе некое послание, от этого зависит популярность и узнаваемость в социуме.

Фестиваль «Беломорье» - истинно народный праздник, воссоздающий национальную культуру и традиции, поэтому в эмблеме присутствуют элементы, отсылающие нас к фольклору и народному декоративно-прикладному творчеству.

За основу эмблемы фестиваля «Беломорье» был взят образ птицы павы, который и ранее использовался Дворцом культуры на фестивалях фольклора (Рис. 4). Птица павы символизирует семейное счастье и любовь. Образ павы всегда отличается торжественностью и нарядностью и тесно связан с северорусской вышивальной традицией. Узор под названием птица-пава, павы, иногда павлина встречается в вышивке чаще всего исполненной красной нитью, поэтому в качестве основного в эмблеме был выбран именно красный цвет.

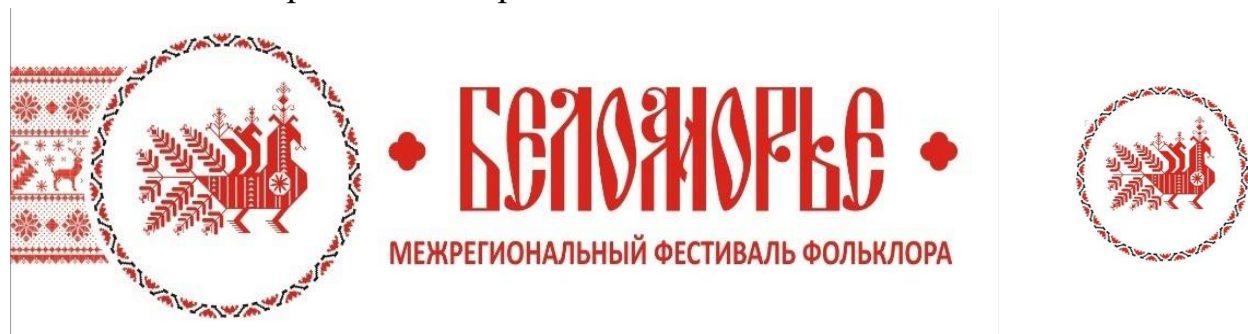




Рис.4. Птица-нава - основной элемент эмблемы фестиваля. Варианты дизайна

С этого момента вся информация об участниках и мероприятиях фестиваля, афиши, анонсы и т.п. размещалась с использованием эмблемы Межрегионального фестиваля фольклора «Беломорье». Несмотря на насыщенную яркость, эмблема хорошо сочетается с достаточно красочными фотографиями, не вызывая диссонанса.

#КировкаМурманск
#Умба_Беломорье2022



#КировкаМурманск
#Умба_Беломорье2022
#год_культурного_наследия_народов_России





БЕЛОМОРЬЕ
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ФОЛЬКЛОРА

ПРОГРАММА ФЕСТИВАЛЯ

17 ИЮНЯ КАНДАЛАКША

11.00 и 16.00 МАСТЕР-КЛАССЫ ОТ УЧАСТНИКОВ ФЕСТИВАЛЯ ДК «Металлург»
18.00 ФЕСТИВАЛЬНЫЙ КОНЦЕРТ-ПРЕЗЕНТАЦИЯ Центральная площадь

18 ИЮНЯ ПЛОЩАДЬ ОКТЯБРЬСКАЯ, УМБА

14.00 ПЕСЕННЫЙ КРУГ - концерт коллективов-участников фестиваля
СЕВЕРНЫЕ ИГРОМЫ - игры и обряды
ЭТНО-СТИЛЬ И ТЕАТР - показы коллекций и сценок
ШАТЕР НАРОДНЫХ УМЕЛЬЦЕВ - мастер-классы
ГОРОД МАСТЕРОВ - выставка-ярмарка
ГОРНИЦА ПОЗНАНИЯ - лекции и беседы
МОРЕ КУЛЬТУР - встреча этно-блогеров и волонтеров культуры
ЯРМАРКА ВКУСА - фуд-корт от местных кулинаров под открытым небом
19.30 ПОМОРСКАЯ ВЕЧЕРКА - концерт и танцы, хоры и танцы, хоры и танцы, хоры и танцы

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ГОСТИ:



МАРИНА ДЕВЯТОВА
НАРОДНАЯ ГРУППА «МУРМАНСК»
ФOLK-БАНД «СЕРБКИ»
АНСАМБЛЬ «ПОСАДА»

☎ 45 75 35 🌐 odkkirova.ru @odkkirova odkkirova




БЕЛОМОРЬЕ
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ФОЛЬКЛОРА

17 июня 18:00
г. Кандалакша
Центральная площадь

18 июня 14:00
п. Умба
Октябрьская площадь

**Марина
Девятова**



По итогам рассылки пресс-релизов в качестве СМИ (в том числе сетевых изданий) выступили: ГТРК-Мурман, Арктик-ТВ, Народное ТВ Кандалакша, Радио России-Мурманск, Радио «Рекорд-Мурманск», газета «Мурманский Вестник», газета «Вечерний Мурманск», газета «Герский берег», газета «Нива» ИА «Би-порт», ИА «Норд-Ньюз», сайт газеты «Аргументы и факты», сайт Министерства культуры Мурманской области, сайт Правительства Мурманской области, Портал «КультураРФ», Туристические сайты: «РашнТрэвл», «Радуга Севера», «Лаппи-Тур», «МурманскТрэвл», сайт «Ру24», сайт «БезФормата».

Кроме того, в своих группах в социальных сетях осветили события фестиваля: Министерство культуры Мурманской области, группы «Мурманск», Народная группа «Мурманск», «Новости Мурманска», «Мурманская область», «Мурманск51», «Би-порт: новости Мурманска», «Хибины.com», «Blogg51|информационный портал г.Кандалакша».

Следующим шагом PR-сопровождения мероприятия стало формирование инфоповодов. Был разработан план их размещения на информационных источниках.

На страничках в социальных сетях появлялось несколько информационных текстов об участниках и гостях фестиваля: творческих коллективах, мастерах декоративно-прикладного искусства, с ссылкой на первоисточник - официальный сайт Дворца культуры им. С.М. Кирова (<https://vk.com/@odkkirova-gosti-festivalya>, <https://vk.com/@odkkirova-kollektivy-predstavlyauschie-murmanskuu-oblast>, <https://vk.com/@odkkirova-mastera-dekorativno-prikladnogo-tvorchestva>):

МАСТЕРА ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО ТВОРЧЕСТВА

Традиционно на фестиваль «Беломорье» приезют мастера декоративно-прикладного творчества со всей России. Гости фестиваля смогут увидеть процесс создания изделий народного промысла, поучаствовать в процессе изготовления и приобрести изделия ручной работы. В этом году в Кандалакшу и Умбу съедутся коллективы и народные мастера из Республики Карелия, Ленинградской, Новгородской, Мурманской, Вологодской, Ярославской, Псковской, Архангельской областей и города Санкт-Петербурга. Какие народные промыслы будут представлены на «Беломорье»? Знакомим в нашей статье!

МУРМАНСК

лоскутное шитьё, батик, валяние, русская вышивка, поморская козуля, валяние из шерсти, кружевоплетение, крестьянская кукла, саамская вышивка, ручное ткачество

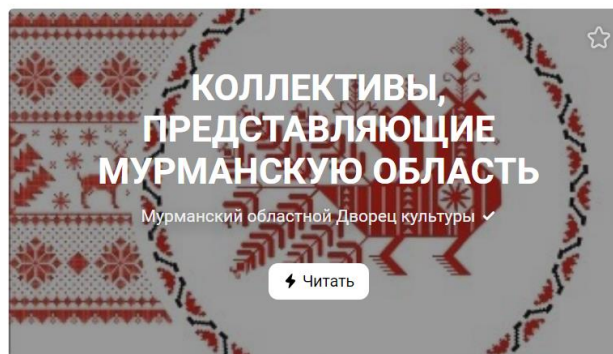
УМБА

поморская козуля, народная кукла, лоскутное шитье, плетение из корня солодки, ткачество, валяние, роспись ткани, ткачество, сувениры из полимерной глины

КАНДАЛАКШСКИЙ РАЙОН

Подробнее о фестивале читайте на нашем сайте (ссылка под постом 📌).

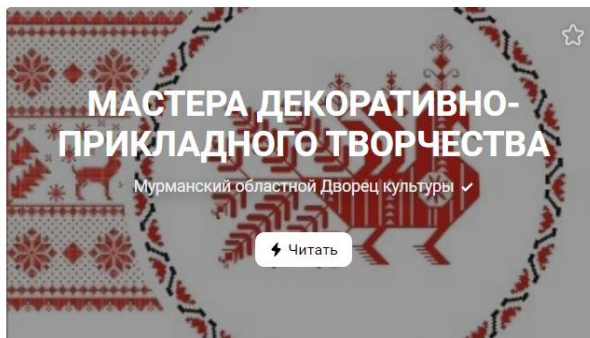
#КировкаМурманск
#Умба_Беломорье2022



Кольская земля ждёт гостей! - ГОАУК МОДКИНТ
odkirova.ru

Какие народные промыслы будут представлены на «Беломорье»? Знакомим в нашей статье и в интервью с Юлией Серовой на «Радио России - Мурманск» и «Маяк» 📌 https://vk.com/wall-16598761_3016.

#КировкаМурманск
#Умба_Беломорье2022



КОЛЛЕКТИВЫ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИЕ МУРМАНСКУЮ ОБЛАСТЬ

ФОЛЬКЛОРНЫЙ АНСАМБЛЬ «БЕЛОМОРЬЕ»

ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова», г. Мурманск
руководитель – Чернова Татьяна Васильевна



ГОСТИ ФЕСТИВАЛЯ

ФОЛЬКЛОРНЫЙ АНСАМБЛЬ «БЕЛОЗЕРЬЕ»

ПМЦ «Петроградский»

ПМК «Планета «АРТ» г. Санкт-Петербург

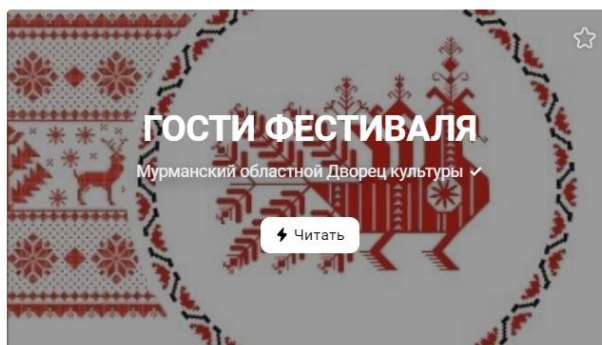
руководитель - Емельянова Галина Владимировна

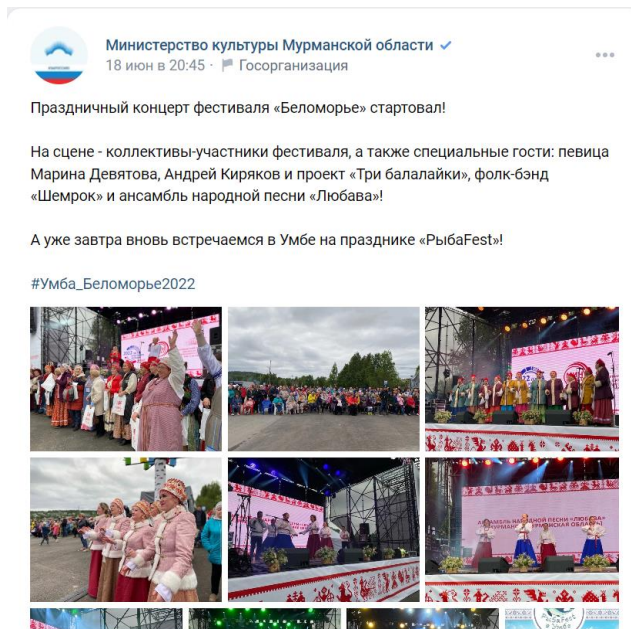


Друзья! Пришло время познакомиться с гостями фестиваля фольклора «Беломорье», которые приедут к нам на Кольскую Землю из других городов.

🌟 Напоминаем, что 17 и 18 июня 2022 года в городе Кандалакша и в старинном поморском селе Умба пройдет одно из крупномасштабных и значимых культурных событий Мурманской области - Межрегиональный фестиваль фольклора «Беломорье».

#КировкаМурманск
#Умба_Беломорье2022





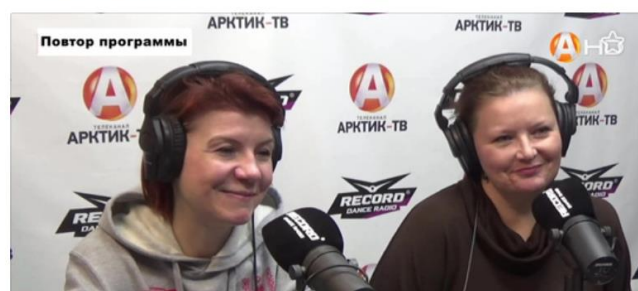
Большая работа велась по освещению предстоящего фестиваля на радио и телевидении. В процессе подготовки фестиваля «Беломорье» специалисты Дворца культуры принимали участие в эфирах различных СМИ:

- Радио «Рекорд Мурманск 102 FM» в программе «Открытая студия»;
- АРКТИК-ТВ;
- Телеканал «Россия-1» в программе «Утро России» где рассказывали об организации фестиваля фольклора «Беломорье».

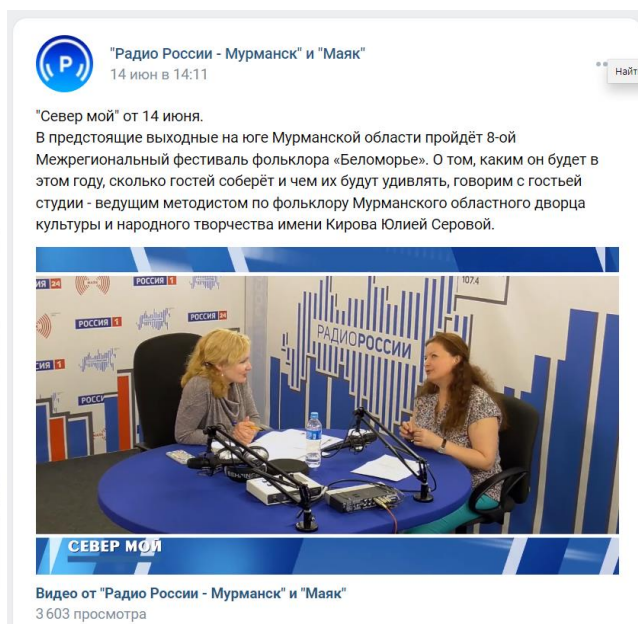
Специалистами отдела народного творчества были даны ряд интервью в региональных и сетевых СМИ.

Как из фестиваля фольклора сделать современное мероприятие, которое будет интересно всем без исключения в программе «Открытая студия» на РЕКОРД МУРМАНСК | RADIO RECORD 102 FM и АРКТИК-ТВ рассказали наши коллеги Татьяна Малахова и Юлия Серова.

#КировкаМурманск
#Год_культурного_наследия_народов_России
#Умба_Беломорье2022



ОТКРЫТАЯ СТУДИЯ «Арктик-ТВ» и радио «RECORD» 10 06 2022
rutube.ru



Видео от "Радио России - Мурманск" и "Маяк"
3603 просмотра



Вести Мурман
12 мая в 15:55

В Мурманске встретятся семейные творческие коллективы из разных городов страны - от Заполярья до Сибири. Завтра первый день фестиваля «Полярные звезды». Все подробности о душевном и трогательном конкурсе ведущей Гольнаре Атемовой рассказали гости студии - сотрудники ДК имени Кирова.

Смотрите программу «Утро России» завтра, 13 мая, в 9:34 на телеканале «Россия 1» и в 8:00 на «России 24».

Также речь пойдет и о предстоящем Межрегиональном фестивале фольклора «Беломорье».

#вести_мурман #УтроРоссии #полярные_звезды



✓ https://vk.com/odkkirova?w=wall-23902826_19244

✓ <https://murman.tv/news-n-1485--«utro-rossii»-vstrechaem-s-sotrudnikami-murmanskogo-dk-imeni-kirova>

✓ https://vk.com/wall-16598761_3016

Параллельно шла работа по разработке дизайна и изготовлению мерча фестиваля: одежда, аксессуары, сувениры с символикой фестиваля «Беломорье», что так же является частью PR-сопровождения фестиваля.

Мерч был выполнен в красно-белых, красно-серых цветах. Всю сувенирную продукцию украсили логотипом фестиваля: изображенная в профиль птица пава с поднятым крылом и огромным хвостом. Сумочки для смартфонов, куклы «Поморочка», магниты, кружки, дождевики, подарочные наборы с вареньем в коробке, пряники, шоперы, значки - неполный перечень того, что можно было получить в подарок. К фестивалю было изготовлено более 1500 штук сувенирной продукции. Специалисты Дворца культуры и волонтеры фестиваля в течение всего праздника раздавали участникам сувениры с логотипом фестиваля «Беломорье»:





Особенной популярностью пользовались сумочки для смартфонов с надписью «Умба. Межрегиональный фестиваль фольклора «Беломорье».

Специально для организаторов фестиваля и волонтеров были изготовлены бейджи и экипировка - униформа с эмблемой фестиваля, которые стали своеобразным информационным объектом, формирующим связь между фестивалем и его участниками:





Фото из открытых интернет-источников

Анонс фестиваля уже с утвержденной программой был продублирован для всех СМИ за две недели до мероприятия.

За три дня до мероприятия в социальной сети была выложена информация с перечнем турагентств, предлагающих свои услуги туристам и всем желающим посетить места проведения основных мероприятий фестиваля.

В день праздника информационные материалы в группе ВКонтакте начали появляться за 2 часа до фестиваля.

Материалы с фотографиями о ходе фестиваля выкладывались в течение всего мероприятия в официальных группах в социальных сетях и сторис в ВК и обязательно с хештегом #Умба_Беломорье2022.

На Центральной площади в Кандалакше - настоящее народное торжество!
Фестиваль фольклора «Беломорье» открылся концертом-презентацией!

Для гостей фестиваля выступили фольклорные коллективы из Карелии, Ленинградской, Новгородской, Мурманской, Вологодской, Ярославской, Псковской, Архангельской областей, городов Санкт-Петербург и Москва. Завершился концерт-презентация выступлением певицы Марины Девятовой.

Самые яркие моменты сохранили в сториз!

#КировкаМурманск
#Умба_Беломорье2022
#год_культурного_наследия_народов_России



Сегодня в Кандалакше стартовал межрегиональный фестиваль фольклора «Беломорье»!

Терская земля принимает гостей уже в 41 раз. В этом году «Беломорье» проходит на двух площадках: в Кандалакше и Умбе. Открытие фестиваля состоялось в Кандалакше. Во Дворце культуры «Металлург» собрались коллективы, народные мастера и блогеры из Республик Карелия и Коми, Ленинградской, Новгородской, Мурманской, Вологодской, Ярославской, Псковской, Архангельской областей, городов Санкт-Петербург и Москва.

Подробности на сайте <http://odkkirova.ru/event/segodnya-v-kandalakshe-star..>

#КировкаМурманск
#Умба_Беломорье2022
#год_культурного_наследия_народов_России



На тематических площадках участники и гости фестиваля смогли еще глубже погрузиться в поморскую культуру. Здесь можно было увидеть изделия народных промыслов или изготовить их своими руками, принять участие в традиционных играх и обрядах, увидеть показы модных коллекций, перформансов и спектаклей, принять участие в лекциях и попробовать блюда поморской кухни.

Гостями программы стали российская певица, исполнительница народных песен, лауреат международных фестивалей и конкурсов Марина Девятова, топовый артист, балалаечник Андрей Киряков с проектом «Три балалайки», фолк-бэнд «Шемрок», и композитор электронной музыки Антон Смирнов.

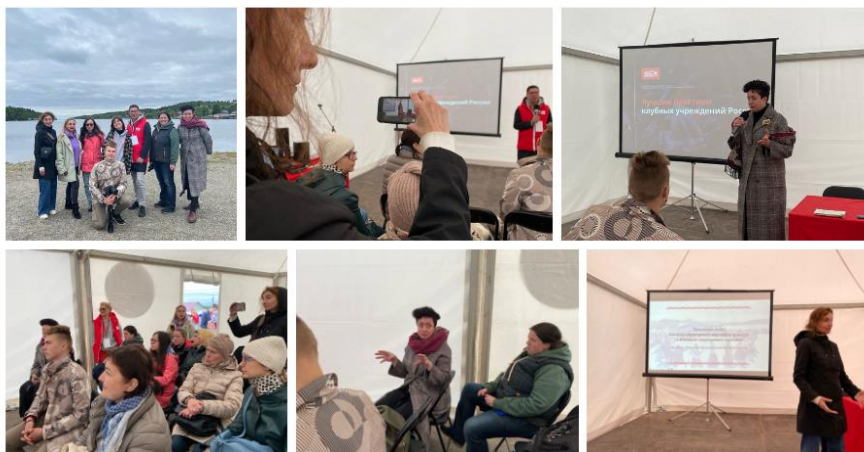
Одна из площадок фестиваля «Море культур» стала территорией для общения этноблогеров и блогеров-путешественников, которая также является одним из элементов PR-деятельности по проекту Дворца культуры.



Площадка этноблогеров и волонтеров культуры стала центром обмена мнениями, опытом и впечатлениями от прошедшего фестиваля «Беломорье»

Традициям быть? На этот вопрос искали ответ участники площадки. На протяжении всего фестиваля гости из республик Карелия и Коми, Санкт-Петербурга, Москвы погружались в проблематику вопроса и искали материал для своих медиа-продуктов.

[Показать полностью...](#)



В Умбе фестивальные площадки располагались в различных точках населенного поселка. Чтобы с легкостью найти ту или иную интересующую тематическую площадку, в помощь участникам и гостям фестиваля были изготовлены и установлены информационные указатели, на которых так же была изображена эмблема фестиваля:



Фото из открытых интернет источников

Данные указатели рассматривались еще и как арт-объекты, на фоне которых участники фестиваля охотно фотографировались и выкладывали фото на личных страницах в социальных сетях с хештегом #Умба_Беломорье2022:



Фото из открытых интернет-источников

Элементом PR-сопровождения фестиваля стало изготовление арт-объектов и оформление фотозон, а также баннеров с логотипом фестиваля, которыми была оформлены сцены в п. Умба и г. Кандалакша, и торговые палатки (фото из открытых интернет-источников):





Фото из открытых интернет-источников





Нельзя оставить без внимания и малые архитектурные формы (МАФы), выполненные в стилистике фестиваля, которые остались в п. Умба навсегда, прекрасно вписавшись в поселковый ландшафт. Эти объекты постоянно как бы говорят, что фестиваль фольклора «Беломорье» проходит именно здесь и не дает забыть о нём, как местным жителям, так и приезжающим туристам.





На следующий день после проведения мероприятия был подготовлен пост-релиз по итогам фестиваля. Завершающим этапом информационного сопровождения мероприятия является мониторинг его размещения в СМИ.

Фестиваль снимали не только крупнейшие региональные телекомпании. «Финно-угорский культурный Центр Российской Федерации» принимал непосредственное участие в освещении событий фестиваля. По итогам съемок, освещающих ход двухдневного мероприятия, Финно-угорским культурным центром РФ был представлен документальный фильм «Беломорье. Песни Терского берега» (https://vk.com/finnougoriaru?w=wall-151965393_23441).

При подготовке документального фильма сохранена фирменная идентификация фестиваля.



Кадры из документального фильма «Беломорье. Песни Терского берега»

С точки зрения информационной содержательности в нём присутствуют учредители, представлены участники фестиваля и количественные показатели гостей, передана атмосфера праздника фольклора.

Информационное сопровождение мероприятия осуществляли и блогеры, приехавшие в Мурманскую область с разных уголков России. Кроме обычной камеры, видеосъемка велась и с квадрокоптеров. На своих страничках в социальных сетях, а так же на YouTube-каналах, блогерами представлены видео-очерки об итогах трехдневного пребывания в Мурманской области и участия в фестивале «Беломорье»:

– Этноблогер из республики Коми Генрих Немчинов поделился своими впечатлениями от уикэнда на Кольском полуострове и фестивальных дней на своем канале «Три дня в БЕЛОМОРЬЕ: Мурманск, Кандалакша, Умба» (<https://www.youtube.com/watch?v=WIOGKvB9VtM>).

– Дмитрий Качалов сделал подробный и многогранный сюжет о «Беломорье» для своей группы в ВК «Мурманск – столица Арктики» (https://vk.com/arctic51?w=wall-14273164_805274).

– Виктория Никитина из Петрозаводска подробно рассказала о «Беломорье» на своей странице Вконтакте, а её землячка Наталья Заболотских осуществляла видеосъемку. Публикации разделены на несколько блоков:

Сила места: https://vk.com/nika.vitina?w=wall8710571_6775

Традиции: https://vk.com/nika.vitina?w=wall8710571_6784

Люди: https://vk.com/nika.vitina?w=wall8710571_6780

Музыка: https://vk.com/nika.vitina?w=wall8710571_6785 https://vk.com/nika.vitina?w=wall8710571_6785

– Марина Маркушева на своей личной странице и в группе «Центр коренных народов Ленинградской области» опубликовала фестивальные заметки. На площадке #МореКультур она представила Ленинградскую область.

По итогам фестиваля в журнале «Дом культуры» (№ 7, июль, 2022 г.) опубликована статья «Песенный круг «Беломорья» рассказывающая о фестивале

народного творчества в Умбе в Год культурного наследия народов России: об его истоках, особенностях, обновлении традиций, итогах и перспективах.

ПРАЗДНИКИ. СОБЫТИЯ. ЛЮДИ

Песенный круг «Беломорья»



Ирина Борисова
Фото Елены Коваленко и Галины Осовской

Фестиваль народного творчества — душевный праздник, связанный с обновлением и обогащением традиций, усилением их влияния на сограждан. Именно в таком направлении уже более 20 лет в середине июня проводится фестиваль фольклора в старинном поморском селе Умба на южном берегу Кольского полуострова. Особенно удачно совпало проведение Межрегионального фестиваля фольклора «Беломорье» в Год культурного наследия народов России.

В 2022 г. фестиваль проводился 17 и 18 июня на двух площадках городских поселений Кандалакша и Умба, на берегах Кандалакшского залива и реки Умба, где зародился фестиваль, а несколькими веками раньше началось освоение побережья Студеного моря.

Последние 8 лет основная работа по его организации выполняется специалистами Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества имени С.М. Кирова.

Важную роль в проведении фестиваля играют специалисты Мурманского областного художественного музея и приглашенные ими мастера декоративно-прикладного искусства; Комитета по туризму Мурманской области. Информационную поддержку фестивалю оказывает Филиал Государственного Российского Дома народного творчества имени В.Д. Поленова «Финно-угорский культурный Центр Российской Федерации». Учредителем фестиваля является Министерство культуры Мурманской области во главе с Ольгой Геннадиевной Обуховой. Важное значение в организации и проведении фестиваля имеют представители администраций Терского и Кандалакшского районов, городских поселений Кандалакша и Умба.

Кажется, что старинное народное творчество сохраняет традицию в статичной форме в виде текстов и напевов, одежды и головного убора, ремесел и приготовле-

ния пищи. Но практика показывает, что без наполнения традиционных форм народного творчества современным содержанием сохранить его не удастся. Только в русле духовного развития, освоения глубины чувств современного человека родник народного искусства продолжает наполнять нашу жизнь.

Поэтому основной целью Межрегионального фестиваля фольклора «Беломорье» объявлено повышение роли и значения народных традиций в современной художественной культуре, а также расширение и укрепление творческих связей между фольклорными коллективами и народными мастерами декоративно-прикладного искусства России.

Важнейшей практической задачей встречи фольклорных коллективов и совместного проведения концертов, хороводов, народных игр и вечеров остается стремление сохранить преемственность в развитии фольклорных и аутентичных традиций.

Большой праздник на берегу реки Умба объединяет и любителей событийного ту-

ДОМ КУЛЬТУРЫ июль 2022

ПРАЗДНИКИ. СОБЫТИЯ. ЛЮДИ



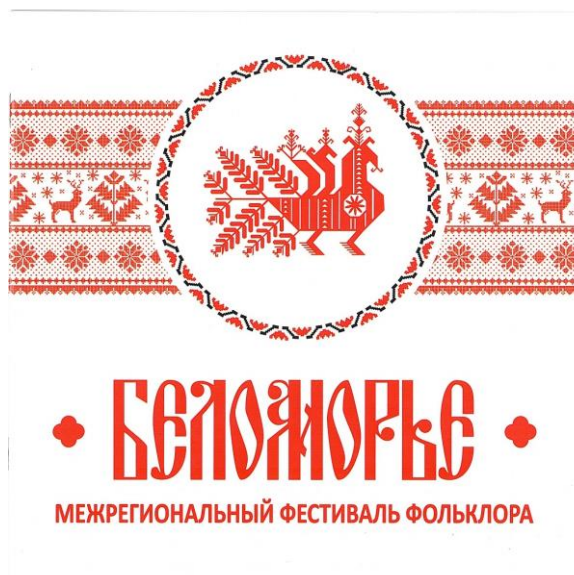
ДОМ КУЛЬТУРЫ



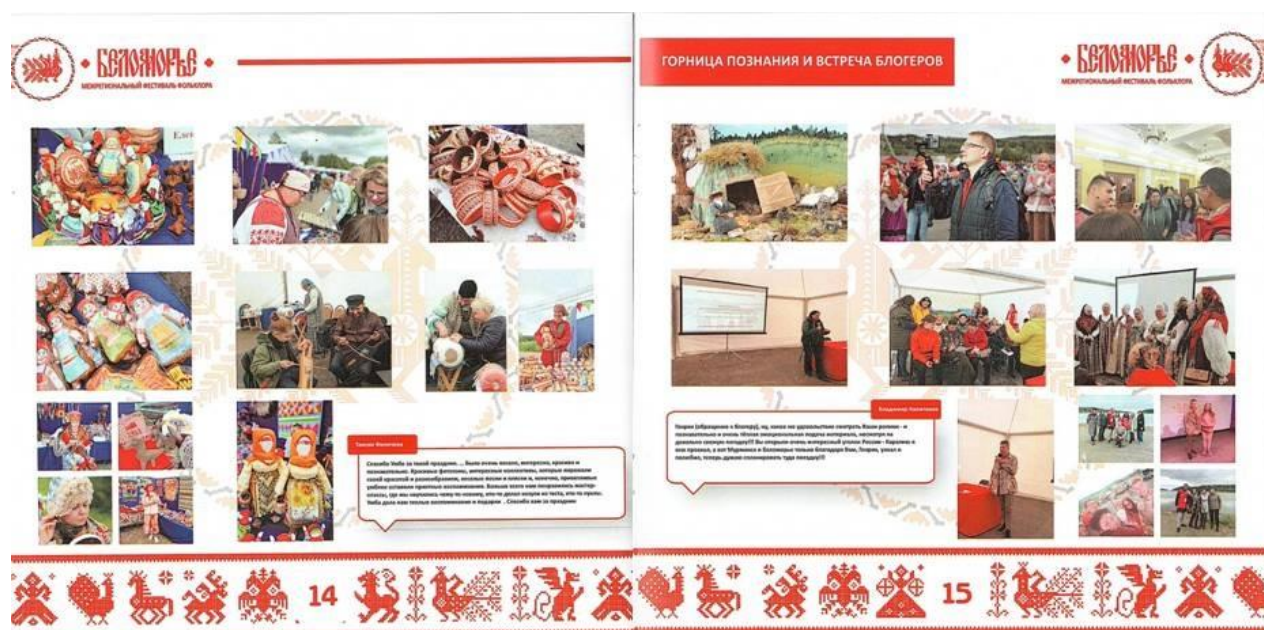
домкультуры.рф ДОМ КУЛЬТУРЫ

Так же по итогам фестиваля отделом народного творчества Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова был разработаны и подготовлены к печати два буклета «Беломорье. Межрегиональный фестиваль фольклора».

Обязательным элементом буклетов является эмблема самого мероприятия, которая сопровождала все фестивальные площадки.



Первый буклет содержит информацию об основной концепции фестиваля, передает не только содержательную сторону, но и само настроение события, его атмосферу, с помощью цвета, графических элементов и композиции.



Здесь фотографии с мероприятий фестиваля разделены на блоки, отражающие информацию о двухдневной программе: «День 1. Кандалакша», «День 2. Умба. декораторские решения», «Песенный круг», «Город мастеров» и другие. Внутренняя часть буклета представляет собой основной блок информации, и с помощью иллюстраций раскрывает главное содержание. Цель создания буклета - привлечение внимания аудитории с помощью фотографий, которые передают как основную идею фестиваля, так и самые интересные его моменты. Так же в буклете представлены отзывы некоторых участников фестиваля. На последних страницах буклета расположена информация об организаторах фестиваля.

Второй буклет содержит информацию об участниках фестиваля. В нем кратко представлены хоры, фольклорные ансамбли и ансамбли русской песни, творческие коллективы, мастера декоративно-прикладного искусства и почетные гости фестиваля.



ПОМОРСКИЙ ХОР СЕЛА ВАРЗУГА
МБУ сельский Дом культуры с/п. Варзуга
Мурманской области
Руководитель - Вопиашина Наталья Николаевна

Варзугский хор - один из старейших фольклорных коллективов Мурманской области. Год создания коллектива - 1936. Организатором создания хора был Ефим Коварнин. Его репертуар составляют фольклорные песни Терского берега, традиционные поморские игры, обряды. Песни передаются из поколения в поколение, от бабушки к внучке, от матери к дочке. На протяжении всей творческой жизни в хоре поют: Мошниковы, Заборщевы, Волосыны, Коныши. Это вселяет надежду, что поморская песня не исчезнет. Покуда живы песни, будут жить и люди, их создавшие и пропевшие.
У коллектива есть младшая фольклорная группа "Жемчужинка", в которой дети изучают фольклор.



ТВОРЧЕСКИЙ КОЛЛЕКТИВ "ВЕРЕЯ"
МБДОУ ЗАТО Видяево "Детский сад №2 "Елочка"
Руководитель - Нараевская Ирина Викторовна

Творческий коллектив "Верея" создан 21 ноября 2012 года. Инициаторами создания коллектива были сотрудники МБДОУ №2 "Елочка" ЗАТО Видяево. Коллектив изучает культуру поморов, сохраняет и возрождает национальные традиции.
Коллектив - активный участник фестивалей и конкурсов, которые проводятся в Мурманской области и за её пределами.



АНСАМБЛЬ РУССКОЙ ПЕСНИ "ПОМОРЬЕ"
МБУ "Дом культуры городского поселения Умба"
Мурманская область
Руководитель - Шелеева Вера Михайловна

Ансамбль русской песни "Поморье" создан в 1985 году. Все эти годы коллективом руководит Вера Михайловна Шелеева, грамотный, увлечённый творчеством специалист.
Ансамбль русской песни "Поморье" является активным участником народных праздников, уличных гуляний, конкурсов и фестивалей. Коллектив является инициатором проведения "Поморских вечеров", на которых зрители узнают традиционные игры, хоры и пляски.
Своим творчеством коллектив способствует пропаганде русской песни, бережному отношению к местному фольклору.
Неустанный творческий поиск, любовь к народной русской песне стали определяющими в деятельности коллектива.



Если сравнивать эти два буклета, то первый буклет несет информацию преимущественно визуального характера, т.е. сообщает ее с помощью красочных фотографий.

Итоги фестиваля полно представлены в медиaprостранстве в форме различных обзоров, интервью участников и организаторов, опросов зрителей и фоторепортажей с места событий. В рамках данной деятельности был организован конкурс на самое лучшее фото фестиваля. Главным условием участия в конкурсе было размещение фото на своей личной странице ВКонтакте с хештегом #Умба_Беломорье2022.



КОНКУРС НА САМОЕ ЛУЧШЕЕ ФОТО ФЕСТИВАЛЯ



Фотографируй самые яркие моменты Межрегионального фестиваля фольклора «Беломорье» и выкладывай на своей стене ВКонтакте с хештегом #Умба_Беломорье2022

Победителя узнаем 18 июня на фестивальной сцене в поселке Умба!



• БЕЛОМОРЬЕ •
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ФОЛЬКЛОРА

В июле 2022 года директором Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова Викторовой М.С. и заместителем директора по народному творчеству Крюковой Е.В. IX Межрегиональный фестиваль фольклора «Беломорье» был презентован в Красноярском крае на V Всероссийском съезде директоров клубных учреждений «Культурная интеграция» в рамках дискуссионной площадки

«Интеграция нематериального культурного наследия в социальное пространство региона», что также является частью PR-сопровождения фестиваля.

Отметим, что фестиваль «Беломорье» всегда живёт в сердцах и мыслях, не только организаторов, но и участников, жителей и гостей Кольского Заполярья. Именно поэтому было решено, что в годы, когда фестиваль не проходит, мы не забываем о нем и в Мурманске ко дню России проходит областной фестиваль традиционной певческой культуры «В северной сторонке», который схож по своей стилистике оформления, но используется немного другая цветовая гамма.



МИН КУЛЬТУРЫ

МУРМАНСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ЦЕНТР КУЛЬТУРЫ И НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА им. С.М.КАРОВА

#НАСЕВЕРЕЖИТЬ **#СЕВЕРХРАНИТ**

КУЛЬТУРНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

с 13.00 **"СУВЕНИРНЫЙ РЯД"**
выставка и мастер-классы мастеров декоративно-прикладного искусства

"ФОТО-СУШКА" ПОБЕДИТЕЛЕЙ ОБЛАСТНОГО ФОТОКОНКУРСА
"КРАЙ, В КОТОРОМ МЫ ЖИВЁМ"
написи пожелание нашей стране и получи фотографию в подарок

"НАЦИОНАЛЬНАЯ ПАЛИТРА"
арт-стенды для творчества

13.00 - 14.00 **"ИГРАЕМ И ТАНЦУЕМ В СЕВЕРНОЙ СТОРОНКЕ"**
мастер-классы от коллективов-участников по изучению народных игр и танцев

15.00 - 16.00 **"ГУДОШНАЯ МАСТЕРСКАЯ ВИТАЛИЯ ЦЕЛОБЁНКА"**
мастер-класс (г. Петрозаводск)

16.00 - 17.00 **"ВЫСТАВКА-ПРЕЗЕНТАЦИЯ КАЗАЧЬЕГО ОРУЖИЯ"**
мастер-класс по обучению фланкировке (кружка казачьей шашкой)

КОНЦЕРТНАЯ ПРОГРАММА

с 14.00 **НАЦИОНАЛЬНЫЕ КУЛЬТУРНЫЕ ОБЩЕСТВА И ДЕТСКИЕ КОЛЛЕКТИВЫ ЗАПОЛЯРЬЯ**
КОЛЛЕКТИВЫ ПОМОРСКОЙ И СААМСКОЙ КУЛЬТУРЫ
с. Ловозеро, Терьеберна и Варзуга, г. Мурманск
г. Апатиты, г.п. Зеленоборской и Умба, н.п. Лопарская, Ексий и Видево

ПЕСЕННАЯ КУЛЬТУРА РАЗЛИЧНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ
Коллективы г. Мурманск, г. Апатиты, с. Ловозеро

18.00 **ФOLK-БЭНД "ШЕМРОКЪ"**
ГОСТЬ ФЕСТИВАЛЯ
г. Мурманск, г. Петрозаводск

12 ИЮНЯ
СКВЕР НА УЛ. ЛЕНИНГРАДСКАЯ

Фестиваль собирает в центральном сквере г. Мурманска поморские коллективы, ансамбли народной песни, музыкальные коллективы Мурманской области, которые в межфестивальный период напоминают мурманчанам о фестивале в п. Умба. Ведь наш Север звучит, творит, поёт, танцует, живет и объединяет!



4.1. Оценка эффективности и общие рекомендации по PR-сопровождению IX Межрегионального фестиваля фольклора «БЕЛОМОРЬЕ»

Главным итогом PR-сопровождения IX Межрегионального фестиваля фольклора «Беломорье» стало то, что фестиваль занял 2-е место в номинации «Лучшее этнокультурное событие» в национальной премии «Russian Event Awards», который прошел в Нижнем Новгороде.

Существенным результатом продвижения фестиваля послужило большое количество опубликованных материалов, посвященных фестивалю, положительные отзывы зрителей, рост узнаваемости бренда мероприятия.

Просмотры в социальных сетях Дворца культуры достигли более 30 000. Поисковая система «Yandex» на запрос «фестиваль Беломорье» отображает более 200 результатов информационного поиска материалов; размещены видеосюжеты и радиорепортажи в СМИ, новости и тематические программы на телевидении, публикации в печатных изданиях и на информационных порталах.

Материалы выходили на всех этапах PR-сопровождения, а именно: до открытия, в течение и по завершении фестиваля.

Учитывая вышесказанное, можно заключить, что эффективность информационного сопровождения во время IX Межрегионального фестиваля фольклора «БЕЛОМОРЬЕ» заслуживает высокой оценки. Прежде всего, потому что главная цель сопровождения была достигнута, задачи были выполнены.

Несмотря на достигнутые результаты, основываясь на полученных данных, можно сформулировать ряд рекомендаций для совершенствования PR-сопровождения подобных мероприятий.

1. Сегодня наблюдается повышенный интерес пользователей социальных сетей к видеоконтенту. Учитывая данный факт, представляется обоснованным проведение прямых трансляций концертов и мероприятий фестиваля в сети Интернет. Для пользователей, интересующихся фольклорным наследием поморов и традициями русской песенной культуры в целом, также могут быть интересны полноценные видеовеерсии каждого события фестиваля. Актуальность данному предложению придает тот факт, что посетить фестиваль «Беломорье» не смогли все желающие. Это связано не только с территориальной отдаленностью основных мест проведения мероприятий фестиваля от г. Мурманска и других городов и населенных пунктов Мурманской области, но и с летним отпускным периодом северян.

2. Для информационного сопровождения масштабных мероприятий можно использовать не только хештеги, но и QR-код – графическую ссылку с привязкой к конкретному объекту в сети Интернет для приложений гаджетов.

3. Для освещения всех мероприятий фестиваля так же можно разработать интерактивную карту проекта с указанием координат площадок фестиваля точностью до 0,5 м.

4. Специально для фестиваля «Беломорье» уместно разработать официальный сайт события или группу в социальных сетях. В преддверии фестиваля на данных ресурсах размещалась бы вся актуальная информация, при этом информация о ранее проведенных фестивалях не удалялась, а группировалась по годам. Особый интерес данные ресурсы будут представлять ещё и потому, что в рамках фестиваля было организовано большое количество событий, выступлений, лекций, спектаклей, мастер-классов, показов и т.п. Таким образом, у посетителей сайта или страницы в социальной сети появляется возможность получить представление обо всех событиях минувшего фестиваля, познакомившись не только с фото и видеоматериалами, но и мнениями и отзывами непосредственных участников фестиваля.

В целом можно утверждать, что информационное сопровождение IX Межрегионального фестиваля фольклора «БЕЛОМОРЬЕ» осуществлялось достаточно эффективно. Для достижения поставленной цели были задействованы все необходимые инструменты, которые обеспечили высокую степень сопровождения мероприятия в СМИ.

Все материалы о фестивале фольклора «Беломорье» в СМИ были опубликованы на безвозмездной основе, так как представляли интерес и ценность для самих СМИ. Все информационные деятельность была подчинена фирменной идентификации, что существенно увеличило узнаваемость фестиваля «Беломорье» среди жителей Мурманской области.

Информационное сопровождение любого мероприятия требует определенных затрат времени, причем ежедневных. Но если удастся реализовать его на практике, приложив для этого все необходимые усилия и ресурсы, полученный результат может превзойти даже самые смелые ожидания.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном медиапространстве сложно быть замеченным без должным образом организованного информационного сопровождения, представляющего собой целую систему методов создания, сбора, использования, хранения, распространения, предоставления информации. Организация информационной деятельности в учреждении — это сложный, многоплановый процесс практической деятельности, который требует профессионализма, знаний, опыта.

В современных условиях информационное сопровождение становится основным инструментом освещения, продвижения, популяризации деятельности культурно-досуговых учреждений в сфере государственной национальной политики. Объясняется это тем, что, оно способно оказывать большое влияние на эффективность реализации проектов, деятельности КДУ, а, следовательно, и на культурно-досуговую деятельность граждан, прививая населению определенные взгляды и убеждения, основанные на культурно-нравственных ценностях.

От качества информационного сопровождения деятельности КДУ по большей части зависит и формирование имиджа учреждения.

При организации информационной деятельности основное внимание нужно уделять не только передаче информации, но и получению обратной связи. Правильное информационное сопровождение основано на актуальности и достоверности материала, адресности, высокой оперативности и непрерывности, с акцентом на выбранную целевую группу проекта.

Объем информации позволяет расширить информационную открытость учреждений в сфере национальной политики и обеспечить жителям региона возможность ее оперативного получения из информационных источников.

Чтобы быть интересными для участников творческих коллективов и зрителей, необходимо находиться в непрерывном развитии. Следите за новостями и трендами, применяйте новые знания на практике, анализируйте и перенимайте опыт других учреждений. Это позволит развиваться и грамотно представлять учреждение культуры в современном цифровом пространстве.

Список использованных информационных источников

1. «Организационно-правовое обеспечение деятельности культурно-досугового учреждения» // ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им С.М. Кирова». - 2021. - Выпуск № 2. - С.36-46.
2. *Борисова И.* Песенный круг «Беломорья» // Дом культуры. - 2022. - № 7. - С. 18-25.
3. *Власова К.В.* Дизайн-проектирование печатной рекламы: теоретический аспект / К.В. Власова, О.Ю. Корепанова, М.А. Николаева // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. - 2018. - № 2.- С.33-41.
4. *Магомедов М.Н., Холодкова К.С.* Основы внедрения SMM-технологий в деятельность культурно-досуговых учреждений // Сборник научных трудов, посвященный Году российского кино: в 2 частях. Санкт-Петербург, 2016. С. 214-220.
5. *Малюженко Е.В.* Основные правила успешного Social Media Marketing (SMM) при работе через социальные платформы в Интернете / Е. В. Малюженко, К. В. Феценко. // Молодой ученый. — 2017. — № 14 (148). - С. 758-760.
6. *Маслова Г.* Орнамент русской народной вышивки (отрывок). [Электронный ресурс]. Режим доступа свободный (дата обращения: 16.09.2022): https://vk.com/wall-152389146_179?w=wall-152389146_179.
7. *Разумная Н.В.* Рекомендации по составлению релизов в СМИ. [Электронный ресурс]. Режим доступа свободный (дата обращения: 27.07.2022) http://www.iodnt.ru/images/docs/Рекомендации_по_составлению_релизов.
8. Социальные сети. Методическое пособие для специалистов учреждений культуры. 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа (дата обращения: 20.07.2022 г.): https://pro.culture.ru/documentation/SMM_metodicheskoe_posobie.pdf
9. *Юдина А.И., Константинова А.Ю.* Информационная поддержка деятельности учреждений культуры по организации досуга молодежи. [Электронный ресурс]. Режим доступа свободный (дата обращения: 06.07.2022 г.): <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-podderzhka-deyatelnosti-uchrezhdeniy-kultury-po-organizatsii-dosuga-molodezhi>
10. Официальный сайт ГОАУК «МОДКиНТ им. С.М. Кирова» <https://odkkirova.ru>
11. Портал «Культура. РФ» <https://www.culture.ru>

Министерство культуры Мурманской области
Государственное областное автономное учреждение культуры

**«Мурманский областной
Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова»**

ул. Пушкинская, д. 3, г. Мурманск, 183038,
тел./факс (8 8152) 47-66-04, 45-65-94, 45-76-50, 45-87-09,
E-mail: odk_kirova@mail.ru, www.odkkirova.ru

Кольская земля ждёт гостей!

17 и 18 июня 2022 года на юге Кольского полуострова пройдет самобытное, атмосферное культурное событие - Межрегиональный фестиваль фольклора «Беломорье».

Впервые фестиваль фольклора состоялся в 1981 году. С тех пор раз в три года Терская земля принимает у себя в гостях фольклорные коллективы и мастеров народного творчества из разных уголков России, где гости с удовольствием знакомятся с поморскими традициями.

В этом году фестиваль «Беломорье» пройдет на двух берегах Белого моря – в Кандалакше и Умбе. Именно сюда съедутся коллективы и народные мастера, а также блогеры из Республик Карелия и Коми, Ленинградской, Новгородской, Мурманской, Вологодской, Ярославской, Псковской, Архангельской областей, городов Санкт-Петербург и Москва.

17 июня всех ждут в Кандалакше, где пройдут мастер-классы для коллективов-участников фестиваля. А в 18:00 на Центральной площади состоится концерт-презентация, который положит начало фестивалю «Беломорье».

Основные мероприятия фестиваля пройдут 18 июня в посёлке Умба. В 13:00 яркая вереница творческих коллективов проследует по Умбе-деревне. Старт работе площадок дадут в 14:00 на Октябрьской площади и поляне Регата посёлка. Гости смогут посетить выставку-ярмарку «Город мастеров», площадки традиционных игр и обрядов «Северные игромы», увидеть показы модных коллекций, перформансов и спектаклей, своими руками изготовить изделие народных промыслов в «Шатре поморских умельцев». Фестиваль подарит уникальную возможность попробовать блюда поморской кухни на площадке «Ярмарка вкуса», послушать публичные лекции в «Горнице познания». Вечером гостей ждёт «Поморская вечерка», где музыканты и творцы соединят воедино традиции и современность. Гости программы – певица Марина Девятова, Андрей Кирыков и проект «Три балалайки», фолк-бэнд «Шемрок» и ансамбль народной песни «Любава».

По всей стране идут полным ходом мероприятия, посвящённые Году культурного наследия народов России. Межрегиональный фестиваль «Беломорье» является местом, где вживую можно почувствовать, что традиции живут, и они не дела давно минувших дней. Приезжайте на фестиваль, чтобы увидеть всю красоту и гармонию Терского берега.

Дополнительная информация: 8 (8152) 45-75-35

/Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им.
С.М. Кирова/

