МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

КРАЕВОЕ АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

«АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОМ НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА»

КЛУБНАЯ ПАНОРАМА

Информационный бюллетень

Барнаул 2021

Составитель

Н.А. Кучуева

Клубная панорама: Информационный бюллетень/ Алт. госуд. Дом народного творчества, сектор информационно-издательский деятельности; сост. Н.А. Кучуева. – Барнаул: АГДНТ, 2021. – 32 с.

КАУ «Алтайский государственный

 Дом народного творчества», 2021

**ОТ СОСТАВИТЕЛЯ**

Уважаемые коллеги!

 Ежегодный мониторинг информационных потребностей работников культуры края показывает, что постоянным остается интерес специалистов культуры к опыту работы культурно-досуговых учреждений Алтайского края и других регионов страны.

 В данном материале дан обзор форм работы учреждений культуры ряда районов и городов края в 2020 году. При его подготовке использовались текстовые отчеты МФКЦ, а также публикации в районных и городских газетах.

 В ряде территорий края создание ярких, интересных событий в культурной жизни стало основой развития событийного туризма. «Визитными карточками» многих районов стали традиционные и узнаваемые мероприятия: фестиваль вареника «Все будэ смачно!» (Романовсикй район), медово-сырный праздник (Красногорский район), Покровский фестиваль (Быстроистокский район), праздник «Алтайская зимовка» (Советский район), фестиваль «Звенигора» (Змеиногорский район), «Ледок» (Завьяловский район), Международные казачьи игры «Шермиции на сибирской земле» (Заринский район) и др. В событийный календарь Алтайского края в 2021 году включены 40 праздников, спортивных и культурных мероприятий, тематических форумов и музыкальных фестивалей. Ряд мероприятий вошли в календарь впервые: фестиваль военно-исторической реконструкции «Белоярская крепость» (г. Новоалтайск), фестиваль бардовской песни на «Бирюзовой Катуни» и др.

 Как придумать событие и сделать его интересным, креативным, эксклюзивным, атмосферным — таким, чтобы к вам захотели приехать? Ответить на эти вопросы помогут методические рекомендации «Организация мероприятий событийного туризма в сельской местности», подготовленные специалистом Новосибирского государственного областного Дома народного творчества Ларисой Филатовой.

 Мероприятия событийного туризма, равно как и другие (фестивали, конкурсы, праздники и т. п.), могут стать культурным брендом вашей территории. Как формируется культурный бренд, его основы и этапы создания, законы брендинга, культурные бренды Воронежской, Белгородской, Вологодской областей — обо всем этом вы сможете узнать, изучив методические рекомендации «Культурные бренды родного края», подготовленные Е. В. Скрыпниковой и размещенные на сайте Воронежского областного центра народного творчества и кино ([http://www.vrnfolk.ru](http://www.vrnfolk.ru/)).

Н. А. Кучуева,

зав. сектором информационно-издательской

деятельности АГДНТ

 **КЛУБНАЯ ПАНОРАМА АЛТАЯ**

**(обзор форм работы культурно-досуговых учреждений)**

**Баевский район**

**Районный фестиваль семейных театров «Нам жить и помнить», посвященный 75-летию Победы в Великой Отечественной войне**

Фестиваль проходил в видеоформате. Организаторы — отдел по культуре и делам молодежи, МБУК «Баевский МФКЦ» — предложили семьям района осуществить театральные постановки и передать в них главную идею фестиваля: спустя десятилетия после самой страшной в истории человечества войны мы должны помнить о тех, кто подарил нам мир. В сохранении исторической памяти велика роль семьи. Кто, как не близкие люди, может передавать из поколения в поколение рассказы о своих героических предках.

В течение месяца участники фестиваля придумывали творческие номера, записывали их на видео и высылали в оргкомитет. С большим интересом была просмотрена каждая работа. Их было немного — шесть, но все были достойные.

Одной из ярких театральных постановок фестиваля стала работа семьи Шипулиных из села Нижнечуманки. Творческий коллектив семьи с названием «Исток» представил миниатюру «А в сердце надежда живет». История отдельно взятой семьи, каких в годы войны были тысячи, передает трагизм тех лет, когда рушились надежды и планы на светлое будущее. Девушки провожали своих возлюбленных на фронт, а те бесстрашно сражались с фашистами. Многим не суждено было выжить в той войне. Но были и другие случаи, когда раненых солдат медсестрички на руках выносили с полей сражений, выхаживали в полевых лазаретах и госпиталях. А тем временем семья получала похоронку. Но даже эта страшная бумажка, принесенная сельским почтальоном, не могла убить в женском сердце надежду: «А вдруг жив? Вдруг это ошибка...» И надежды сбывались. Солдаты возвращались домой.

Оргкомитет фестиваля отметил творческий подход участников к подготовке номеров, актерскую работу, интересные декорации и костюмы. Всем участникам фестиваля вручены грамоты.

**Акция «Исполнение желаний» ко Дню семьи, любви и верности**

Акция заключалась в том, чтобы одновременно всем селом, каждый из своего двора, запустить в небо гелевый шар с письмом-пожеланием для своей семьи. С большим энтузиазмом поддержали жители села эту акцию, ведь семья — самое дорогое для всех. Продумывали пожелания, готовились. В назначенное время дружно взлетели шары над селом, расцветив небо яркими радужными красками. Это выглядело празднично, красиво и символично.

**Бурлинский район**

**Акция «Мы едины!» ко Дню народного единства**

В этот день работники отдела Бурлинский районный Дом культуры МБУК «МФКЦ» провели акцию «Мы едины!»: поздравили жителей села с праздником, подарили буклеты «4 ноября — День народного единства» и воздушные шары в цветах триколора. Участникам акции было предложено отметить стикером на карте России место своего рождения, чтобы еще раз увидеть: мы разные, но мы едины.

**Акция «Хлеб — всему голова», посвященная Всемирному дню хлеба**

Организаторами акции в селе Орехово выступили Дом культуры и библиотека, поддержку оказали индивидуальные предприниматели. Каждый покупатель в этот день был приятно удивлен: он мог не только отведать хлебобулочные изделия бесплатно, но и узнать как появился хлеб, традиции, связанные с ним, ознакомиться с книгой «Алтайская трапеза», в которую вошли рецепты вкусных и полезных блюд жителей края. Все желающие приняли участие в розыгрыше «Рецепт дня», поделившись своими рецептами. Победители получили награды. Акция стала настоящим праздником для жителей села, подарив им много положительных эмоций и радость общения друг с другом, еще раз напомнив всем, что хлеб был и остается символом жизни на земле.

**Заринский район**

**Районный марафон здоровья «Здоровый я — здоровая страна»**

В ноябре 2020 года в учреждениях культуры района прошли мероприятия, посвященные здоровому образу жизни. В рамках марафона проводились конкурсы по следующим номинациям:

- «Мы рисуем страну Здоровье» (выставки рисунков прошли в Жуланихинском СДК, Зыряновском СДК, Каменушинском и Авдеевском сельских клубах);

- «Мой выбор — мое здоровье» (в конкурсе видеороликов социального характера по формированию ответственного отношения к своему здоровью участвовали Гришинский СДК (записали фильм-интервью о спортсмене Грудинине Александре Дмитриевиче) и Новозыряновский СДК (записали видеоролик о спортсмене Макаревиче Алексее);

- «Здоровье — жизненный приоритет» (книжные выставки, обзоры литературы, круглые столы проведены в Тягунском и Каменушинском сельских клубах, Жуланихинском СДК);

- «Быть здоровым современно» (спортивно-оздоровительные мероприятия прошли в Авдеевском, Каменушинском сельских клубах, Комарском, Аламбайском, Верх-Камышенском СДК).

**Кулундинский район**

**Открытый фестиваль креативных самодельных санок и скоростного спуска «Сани ДРАЙВ»**

Весело и задорно прошли 1 марта 2020 года Масленичные гуляния на площади РДК в селе Кулунда. Гостям предлагали традиционные масленичные забавы, игры и состязания: подъем гирь, бег на лыжах, ходьба на ходулях, перетягивание каната, лазание по ледяному столбу.

Впервые на кулундинской земле состоялся открытый фестиваль креативных самодельных санок и скоростного спуска «Сани ДРАЙВ». Участниками стали 11 команд — представители организаций и предприятий района. Надо было самим смастерить санки и сочинить легенду о них, творчески представив ее зрителям. Оценивались креативность, прочность и качество изготовленных конструкций, легенды о них, зрелищность и дальность спуска, костюмы и артистичность команд.

Спуск санок проводился на площади у РДК, где специально соорудили мега-горку.

Соревнования проходили по следующим номинациям:

- «Где это видано?!» (самые креативные санки) — победу одержала команда «С пылу, с жару!» детсада «Радуга», представившая санки «Чудо-сковородка»;

- «Вот это даа!» (самый зрелищный спуск с горы) — награду получила команда детской школы искусств за спуск на санках «Садко»;

- «Докатились!» (самый длинный спуск с горы) — дальше всех проехала команда детсада «Искорка» на санках-корвете «Приз удачи» и получившая приз зрительских симпатий.

Гран-при и главный приз фестиваля — 10 000 рублей за санки «Степной вояж» получила команда кулундинской средней общеобразовательной школы №3. Все призеры награждены ценными подарками и призами от спонсоров мероприятия.

**Кытмановский район**

**Акция «Семейная ромашка» в День семьи, любви и верности**

В 2020 году в Сунгайском культурно-информационном центре был организован семейный клуб «Мир цветов». Его участников объединяет любовь к цветам. Они обмениваются семенами, саженцами, дарят их организациям села. В зимнее время делятся опытом разведения комнатных цветов, летом принимают участие в выставках цветов.

Накануне Дня семьи, любви и верности работники культуры вместе с участниками семейного клуба «Мир цветов» провели акцию «Семейная ромашка», целью которой было чествование супружеских пар, проживших в браке десять и более лет. Им дарили цветы, теплые поздравления, добрые пожелания.

Жизнь в селе летом — это повседневный физический труд. Поэтому кого-то застали в огороде, кого-то во дворе, на пасеке, в саду. И каждый раз убеждались какие замечательные люди живут в селе. Хозяева удивлялись, улыбались, благодарили, угощали ягодами, овощами, фруктами, медом. В завершение поздравления — фото на память. Организаторы акции поздравили 15 семейных пар. Вернувшись в Дом культуры, они смонтировали видеоролик «На память нам и на радость внукам».

**Поспелихинский район**

**Интерактивный урок «Чем богата наша хата»**

В селе Клепечиха оформлена музейная комната, на базе которой проводится работа по сохранению и популяризации традиционной народной культуры, формированию интереса к украинским переселенцам, проживающим в селе и на территории Алтайского края. Проведенный в сентябре интерактивный урок «Чем богата наша хата» познакомил юных посетителей с бытом предков, украинских переселенцев, конца IX — начала XX века. Дети увидели экспонаты музейной комнаты, узнали значение таких слов, как: серп, маслобойка, крынка, лапти, самовар, керосиновая лампа, рубель, чугун, коромысло, цеп, ухват и др. Им предоставилась возможность поработать с этими предметами: взять ухватом чугунок и поставить в печь, накрыть стол, принести два ведра воды на коромысле. Так, в игровой форме, вызывающей неподдельный интерес и восторг детей, происходит знакомство с историей быта и традициями предков.

В музейной комнате также собраны материалы по темам: «Свадебный обряд украинских переселенцев», «Украинские вышиванки», «Святочные обряды украинских переселенцев».

**Тальменский район**

**Онлайн-акция «Подарки бабушкам и дедушкам!»**

В октябре в рамках месячника пожилого человека в клубных учреждениях Тальменского района стартовала онлайн-акция «Подарки бабушкам и дедушкам!», которая включала следующие мероприятия:

- «Бабушке — песенка, дедушке — стих!» (творческое видео-поздравление от внуков) <https://ok.ru/group/59079473168436>

- «Хорошо нам рядышком с дедушкой и бабушкой» (онлайн-выставка фотографий бабушек, дедушек и их внуков) <https://ok.ru/group/59079473168436/album/912386457652>

- «Бабушка рядышком с дедушкой» (онлай-выставка фотографий в формате фотоколлажа из двух фото: одно — оригинальное с изображением бабушки и дедушки, второе — рисунок ребенка) <https://ok.ru/group/59079473168436/album/912386475060>

**Районный детский творческий конкурс «Снеговик»**

За время проведения мероприятия, организованного сотрудниками МКУК «Тальменский МфКЦ» в новогодние праздники, в фотоальбом конкурса было выставлено около 300 тематических работ, выполненных детьми (рисунки, аппликации, снежные скульптуры, изделия декоративно-прикладного творчества).

Такого креативного подхода к изготовлению снеговиков никто не ожидал. Снеговики удались на славу! В каждую работу было вложено много труда, старания, каждая выполнена с душой.

По итогам онлайн-голосования определен победитель в номинации «Зрительские симпатии». Также победители были определены в каждой из номинаций. Все участники получили памятные дипломы, а авторам лучших работ вручены подарки от спонсоров мероприятия. Ссылка на альбом конкурса: <https://ok.ru/group/59079473168436/album/915592978228>

**Топчихинский район**

**Развлекательно-игровая программа «Дворовые игры наших родителей, или Веселый переполох»**

Ни для кого не секрет, что дворовые игры почти исчезли из жизни современных ребятишек. Те самые игры, которые учили детей находить общий язык, помогали решать споры и конфликты, были самым действенным и гармоничным способом социализации. Они давали возможность ребенку узнать самого себя, учили соблюдать определенные правила и просто доставляли огромную радость. Работники Топчихинского центрального Дома культуры ознакомили первоклассников ТСШ № 1 с играми, в которые играли еще их родители, бабушки и дедушки. Сказочные феи — сестренки-близняшки Нюша и Няшка ни на секунду не давали детям расслабиться: игровая программа с элементами соревнования, игра в «Классики», «Рыбака и рыбку», всевозможные прыгалки и скакалки — тут не до отдыха! Завершилось мероприятие сладким угощением.

**Фольклорно-игровая программа «Бабушкины посиделки»**

Положительный опыт работы с семьей и детьми накоплен в Переясловском СДК. Одно из самых удачных мероприятий — «Бабушкины посиделки». Детям младшего школьного возраста было предложено вспомнить колыбельные, пестушки, потешки, какие они знают. Ребята также узнали игры «Разиня», «Ремешок» и другие. Оказалось, что бабушки весело росли и без компьютерных игр, которые никогда не сравнятся с народными. Ведь народные игры учат добру, дают огромный заряд энергии и бодрости. Взрослые тоже с удовольствием играли и смеялись как дети.

**«Серебряное» волонтерское движение «Добродуши»**

Уже не первый год в Топчихе на базе районной центральной библиотеки действует «серебряное» волонтерское движение «Добродуши», в котором принимают участие люди старшего возраста, обладающие богатым жизненным и профессиональным опытом, активной гражданской позицией. Неравнодушные, общительные и любознательные люди возраста 50+ могут реализовать себя в добровольной общественной деятельности. Среди членов движения «Добродуши» есть специалисты по декоративно-прикладному творчеству, которые еженедельно проводят мастер-классы для воспитанников детского дома, детей из многодетных семей, неорганизованных дошколят. В 2020 году мастер-классы проводились в виртуальном формате.

**Третьяковский район**

**Единый клубный день, посвященный Сталинградской битве**

В его проведении приняли участие 14 учреждений культуры района. Формы мероприятий были самые разнообразные: тематические беседы, уроки памяти, познавательные программы, квесты, акции и др. В МБУК «Многофункциональный культурный центр» для учащихся старших классов проведен историко-познавательный патриотический квест о Сталинградской битве. Сценарий был создан на основе достоверных исторических фактов. Выполняя задания, участники квеста узнавали больше об одном из самых героических сражений в истории России. Завершилось мероприятие просмотром фильма «7 фактов Сталинградской битвы».

**Видеопроект «Ветераны вспоминают»**

Все меньше становится очевидцев Отечественной войны 1941-1945 годов. В Третьяковском районе не осталось в живых ни одного ветерана Великой Отечественной войны. Еще в 2000 году работники РДК записали воспоминания ветеранов-фронтовиков на видеокамеру. В 2020 году к 75-летию Победы видеоматериалы были оцифрованы, а видеостудией РДК разработан видеопроект «Ветераны вспоминают». Для будущих поколений воспоминания ветеранов — бесценное наследие, ведь только они знали истинную правду о той страшной войне. Благодаря проекту появилась возможность создать видеофильм «История солдата», который принял участие в краевом конкурсе на лучший видеоконтент «Наши ветераны». Ссылка на видеофильм «История солдата»: https://youtu.be/gYpq11IZ1ds

**Тюменцевский район**

**Спортивно-развлекательная программа «Достойная смена достойных отцов»**

Участниками этой интересной программы, прошедшей в селе Вылково, стали мальчики 9-10 лет. Они разбились на две команды, вел программу будущий призывник, а судьями стали мужчины, вернувшиеся из рядов Российской армии.

В конкурсах «Строевая подготовка», «Разведчики», «Меткий стрелок», «Перетягивание каната» мальчики демонстрировали силу, сноровку и находчивость, за что были награждены дипломами и подарками.

**Интеллектуальный квест «Мой многонациональный край»**

В Черемшанском ИКДЦ проведен квест для молодежи. Участникам надо было пройти десять этапов игры за 40 минут. Чем больше этапов проходила команда, тем больше баллов она получала. Самыми интересными стали следующие задания игры-квеста:

- «Здравствуй!» (вспомнить приветствие на языках народов, проживающих в Алтайском крае);

- «Мой дом — моя крепость» (отгадать загадки о жилищах разных народов);

- «Национальные блюда на нашем столе» (назвать национальную кухню, к которой принадлежит блюдо);

- «Народные традиции» (определить какому народу принадлежит традиция).

**Целинный район**

**Акция «Река Памяти»**

Акция «Река Памяти», посвященная Дню памяти и скорби, прошла 22 июня в селе Победа по инициативе работников культуры Побединского филиала МБУК «МфКЦ Целинного района». Жители села — участники акции в назначенное время спустили на воду реки Чумыш заранее изготовленные бумажные кораблики с надписью «Река Памяти» и словами благодарности воинам-победителям.

Традиция отправлять в плавание бумажные кораблики родилась еще в довоенные годы в Севастополе, когда выпускники школ в июне на рассвете спускали на воду самодельные кораблики как символ начала их самостоятельной и счастливой жизни. Война прервала эту добрую традицию. И вот теперь она возродилась, но сегодня символизирует светлую память и благодарность тем, кому мы обязаны жизнью и мирным июньским рассветом.

**г. Заринск**

**«Театральные встречи»**

В ГДК «Строитель» в 2020 году для учащихся школ впервые проходили «Театральные встречи». Попав на сцену Дома культуры, ребята не только познакомились с тайнами закулисья, но и узнали историю возникновения театра, устройство сцены. Говорили и о правилах поведения в театре. Затем школьники прошли по кабинетам Дома культуры, познакомились с руководителями кружков и творческих коллективов. В театральном классе ребята посмотрели сценические костюмы, смогли потрогать реквизит. Затем они отвечали на вопросы викторины, играли в подвижные игры, поставили небольшой спектакль. Мероприятие проведено для различных классов школ города Заринска.

 **г. Славгород**

 **«Праздник русской песни»**

 В городском Доме культуры состоялся семейный музыкальный вечер, посвященный русской песне. Юмористические скетчи в исполнении двух ведущих — веселых кумушек в ярких стилизованных костюмах – создали на сцене и в зале атмосферу праздничного настроения. Кумушки не просто развлекали зрителей, но и сделали их активными участниками происходящего. Игры, шутки, загадки были близки и понятны всем поколениям зрителей — от мала до велика. Но главной на празднике все же была она — русская песня. Новые композиции и хорошо всем известные песни в исполнении лучших солистов и вокальных коллективов города, а также зажигательные танцы сделали праздник по-настоящему народным. Украсила праздник развернутая в фойе ГДК выставка старинных русских самоваров, предоставленных Городским краеведческим музеем. Там же была оформлена удивительная по красоте и гармонии фотозона, ставшая на несколько дней местом притяжения горожан, желающих сфотографироваться здесь. И это еще не все. Рядом с выставкой и фотозоной был накрыт праздничный стол для дегустации настоящих домашних блюд традиционной русской кухни.

 **г. Яровое**

 **Театрализованное представление «Как Зима себе смену искала»**

 Традиционными праздничными гуляниями завершилась масленичная неделя, собрав на главной площади города немало желающих проводить зиму и встретить долгожданную весну. Масленица — это веселые проводы зимы с радостными гуляниями, песнями и блинами. В первый день весны творческие коллективы ГДК «Химик» дарили всем хорошее настроение, показывая на главной сцене города театрализованную постановку «Как Зима смену искала» с участием Деда Мороза, Зимы-матушки, Забавы, Снеговика, Масленицы, Весны, Деда и Бабы, Скоморохов. Яровчан и гостей города ждали также традиционные масленичные развлечения: игры, народные забавы, веселые конкурсы («Перетягивание каната», «Русское сумо», «Павлиний хвост», «Забег в валенках»). Провожая зиму, семьи — участники конкурса «Веселый снеговик» в последний раз лепили снежные фигуры. Одним из самых запоминающихся моментов праздника стало традиционное лазание на столб за подарками. Только самым выносливым смельчакам достались заветные призы. Кульминацией праздника стало зрелищное сжигание символа уходящей зимы — чучела Масленицы.

Лариса Филатова,

 начальник отдела традиционной народной культуры

и ремесел Новосибирского государственного

 областного Дома народного творчества

**ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ**

**СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ**

**(методические рекомендации)**

 Если вы хотите привлечь туристов к своей территории, есть смысл задуматься о проведении яркого события. Это может быть праздник, фестиваль, ярмарка или иное мероприятие, которое привлечет внимание гостей.

 Что такое событийный туризм? Это череда событий и мероприятий культурной, спортивной, этнографи­ческой, выставочной направленности, это взаимодей­ствие традиционного отдыха с посещением зрелища. Во многих случаях зрелищное событие становится при­манкой для туриста, когда он планирует свой отдых. Сегодня работники учреждений культуры муниципаль­ных районов и городов Новосибирской области актив­но создают новые событийные проекты, продвигают свежие инициативы или, наоборот, пытаются сделать туристические бренды из фестивалей и праздников, су­ществующих давно у местного населения.

Событийный туризм – это исключительная воз­можность стать одним из очевидцев незабываемого события, а задача организаторов состоит в том, чтобы такое мероприятие осталось в памяти, как одно из са­мых ярких моментов в жизни туриста.

Данная статья – методические рекомендации в по­мощь специалистам учреждения культуры по органи­зации и проведению мероприятия событийного ту­ризма. В 2021 году Новосибирский государственный областной Дом народного творчества при поддержке Министерства культуры Новосибирской области орга­низует Региональный конкурс мероприятий собы­тийного туризма среди муниципальных районов и городов Новосибирской области «Сибирский тракт». Надеемся, этот материал будет полезен участ­никам конкурса.

 **ЗАЧЕМ НУЖНЫ СОБЫТИЯ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ?**

Событие – мощный инструмент продвижения ва­шей территории как места, куда стоит приезжать туристам. На таких мероприятиях обязательно при­сутствуют СМИ региона, телевидение. В интернете по­являются отзывы; число подписчиков соцсетей резко увеличивается. На вас начинают обращать внимание, и главное – о вас одновременно узнает большое коли­чество туристов.

 Чтобы придумать и провести свой самобытный праздник, стоит сделать следующее.

|  |  |
| --- | --- |
| 0 шаг.Цель | Хорошо подумайте, зачем вам это нужно, сколько вас (тех, кому это нужно) и действительно ли вы готовы потратить существенные усилия и ресурсы на подготовку и проведение мероприятия. |
| 1 шаг.Тема | Изучаем (например, в интернете), что делают другие, какие праздники уже проводятся на сельских территориях в вашем регионе и вообще по стране. Вы найдете множество вариантов. Возможно, какие-то идеи будут вам созвучны. |
| 2 шаг.Идея | Копировать даже самый успешный опыт не стоит. Изучайте историю и традиции вашего населенного пункта, известных людей. Идея праздника должна быть оригинальной, уникальной – это важно. Она может строиться вокруг природного объекта или явления, исторического события или старинной ярмарки (например, в р. п. Колывань проходит Козьмодемьяновская ярмарка, в г. Куйбышеве – «Каинская ярмарка»), основываться на этнографии (обрядовые праздники), местных традициях и ремеслах, локальной кухне и продуктах («Праздник карася» в р. п. Чаны, «Праздник хлеба» в г. Татарске), известной личности (литературно-публицистический фестиваль «Дедовские чтения», Купинский район) и пр. Бывают праздники, придуманные без привязки к конкретной территории, но проще работать с мероприятиями, название и суть которых ассоциируется с вашей местностью (фестиваль традиционной народной культуры «Бергульский карагод», с. Бергуль Северного района). |
| 3 шаг. Ресурсы | Оцените ваши ресурсы. Что уже есть у вас? В чем особенность вашей земли, людей? Кто и что есть у вас в населенном пункте или где-то поблизости для того, чтобы сделать хорошее мероприятие? (Фольклорные коллективы, художники, фотографы, кулинары, ремесленники, рыбаки и пчеловоды, местные производства.) Возьмите за основу то, что местные жители любят и умеют делать. |
| 4 шаг. Команда | Команда – это ключевой фактор успеха. Сделать хороший праздник можно только в команде. И чем больше людей будет вовлечено в процесс подготовки, тем лучше. |
| 5 шаг. Сценарий | Разработайте детальный сценарий мероприятия. Чем четче вы продумаете все детали программы, чем тщательнее составите ее хронометраж, распишете, в какое время, на какой площадке и что будет происходить, тем больше шансов на то, что мероприятие будет успешным. |
| 6 шаг. Дизайн и декор | Мелочи и стиль имеют значение. Продумайте дизайн и декор площадки мероприятия, оформление отдельных элементов. Не стоит брать пример со стандартных праздников и использовать то, что не подойдет по стилю к вашей теме. Если ваше мероприятие посвящено традиционной культуре или сельской жизни, не нужно возводить ряды из разноцветных китайских палаток или использовать современную пластиковую мебель, посуду и пр. Лучше сделать оформление из дерева, плетня, бревен и иных, более естественных материалов. Выработайте единый стиль – он может быть очень простым, недорогим, но он должен быть. Мелочи (сувениры, посуда, подарки, информационные щиты и т. п.) не менее важны. Не стоит давать всем, кто будет торговать на вашем празднике, возможность оформлять свое пространство по своему усмотрению. Лучше выработать общие требования и соблюдать общий стиль. |
| 7 шаг.Организацияпитания | Если вы планируете кормить гостей праздника и продавать местную продукцию, заранее выясните, как относятся к этому ваша администрация и Роспотребнадзор. Из практики – если праздник проводится на муниципальной земле, требования к соблюдению всех формальностей будут жестче, чем если делать его на частной территории. |
| 8 шаг.Продвижение | Подумайте о продвижении мероприятия заранее. Если есть возможность поручить эту работу специалисту (возможно, волонтеру), лучше это сделать, потому что заниматься и организацией, и продвижением одновременно практически невозможно.Рассказывать о событии важно как до мероприятия (чтобы привлечь гостей), так и во время (прямые трансляции, репортажи онлайн в прямом эфире) и после. Часто организаторы так устают, что считают свою работу выполненной в момент окончания праздника. Но в ваших интересах сделать все возможное, чтобы «позитивный шум» от вашего события длился как можно дольше. После праздника не поленитесь написать пресс-релиз (короткий, но эмоциональный текст о том, что и как происходило) и разослать его по всем СМИ, с которыми у вас есть контакты. Обязательно повесьте фото- и видеоотчеты на своем сайте и в социальных сетях; отслеживайте и копируйте хорошие отзывы, просите всех, кто был, написать о своих впечатлениях в соцсетях. На следующий год, если вы решитесь повторить праздник, эти усилия дадут о себе знать. |

**КАК ПРОДВИГАТЬ МЕРОПРИЯТИЕ?**

**Самый простой способ – социальные сети**

«Инстаграм», «Фейсбук» и «ВКонтакте» позволяют создать отдельное мероприятие, пригласить туда ваших друзей и регулярно наполнять это событие привлекательной информацией. Рекомендуется делать минимум один-два поста в день, постепенно погружая читателя в атмосферу будущего праздника. Вешайте фотографии места, окрестностей, описывайте приглашенные коллективы, гостей (можно повесить видео с их предыдущих выступлений), рассказывайте, какие блюда можно будет попробовать и чем заняться. Обязательно попросите всех участников, гостей и партнеров мероприятия распространить вашу информацию через свои группы, страницы и личные аккаунты.

**Региональные и местные СМИ**

Если у вас есть контакты с региональными СМИ, обязательно разошлите им информацию о празднике. Если нет – постарайтесь сделать это через тех, у кого они есть, – партнеров в городах, администрацию, учреждения культуры и др. Материалы об уникальных событиях практически всегда и все готовы размещать бесплатно – важно только донести информацию до нужного человека.

**Ваши партнеры**

Всем партнерам, с которыми вы работаете (турфирмы, музеи, администрация и пр.), обязательно раздайте заранее флаеры о мероприятии. Они могут распространять их сами или просто разместить у себя на информационных стойках.

Листовки, флаеры, доски объявлений

Подойдут для информирования местных жителей и жителей соседних населенных пунктов, районного центра о событии. Объявления можно размещать на специальных досках, витринах магазинов (по согласованию) и ключевых мест, где собирается народ. Постарайтесь сделать их красивыми и в той же стилистике, что и ваш будущий праздник.

Информационные щиты, баннеры-растяжки

Будут особенно актуальны у оживленных трасс, если они ведут в ваш населенный пункт или проходят неподалеку. Лучше повесить их заранее (за неделю-две до события), чтобы люди, которые часто ездят мимо, могли увидеть информацию и запланировать поездку к вам.

 ВАЖНО! Никогда заранее не обещайте того, что вы не можете выполнить. Если к вам придет один районный коллектив, не пишите, что будет пять из столицы. Лучше пообещать меньше, и тогда люди получат дополнительный сюрприз и позитивные эмоции, чем не оправдать их ожиданий и нарваться на негативные отзывы.

|  |  |
| --- | --- |
| 9 шаг.Логистика | Сделайте все для того, чтобы людям было удобно добираться к вам на праздник. Если нет возможности организовать доставку из ближайших городов, то хотя бы четко обозначьте на карте место проведения мероприятия, подготовьте подробное описание «как добраться» и разместите его на всех ваших ресурсах.Постарайтесь повесить баннеры или поставить указатели на ключевых трассах и поворотах, в тех местах, где неместный гость может заблудиться. Оставьте контакты для связи для тех, кто все-таки заблудится. |
| 10 шаг.Регулярность | Начиная работу над событием, подумайте, готовы ли вы сделать его регулярным. Для масштабных праздников достаточно ежегодного повтора, тогда как более скромные события можно повторять и чаще. В любом случае регулярное событие в долгосрочной перспективе будет работать на вас гораздо лучше, чем разовое. Ведь усилия, которые вы потратите на проведение первого или второго мероприятия, будут одинаковы, а известность события будет накапливаться лавинообразно с каждым повтором праздника. Первые годы вы будете работать на событие, в дальнейшем оно станет работать на вас. |
| 11 шаг. Финансирование | Составьте детальную смету мероприятия и определите, что вам необходимо (деньги, иные ресурсы) для его проведения. Подумайте, что из того, что вам необходимо, у вас уже есть или можно получить без денег. Это кажется странным, но опыт показывает, что если внимательно проанализировать все имеющиеся в вашем распоряжении (у ваших соседей, односельчан, всех партнеров и пр.) ресурсы (доступ к стройматериалам, предметы для декора, активные люди и пр.), может оказаться, что покупать и оплачивать нужно не так уж и много. Определите, из каких источников вы будете финансировать то, на что все-таки нужны деньги. |

ВОЗМОЖНЫЕ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

ФЕСТИВАЛЕЙ И ПРАЗДНИКОВ

 Средства организаторов и всех привлеченных партнеров

Партнеры, работающие на вашей территории, особенно «крупные игроки» (региональные музеи, гостиницы или базы отдыха, рестораны и кафе, гиды, парки развлечений и пр.) заинтересованы в том, чтобы привлекать новых туристов через проведение ярких и уникальных праздников. Как правило, чем опытнее организация или предприниматель, тем лучше они понимают, что вложение в событие окупится сторицей, пусть даже не в первый год. К тому же у них могут быть неденежные ресурсы, в т. ч. рабочие руки, которые вы сможете задействовать при подготовке праздника. Не стесняйтесь обращаться к ним за поддержкой.

**Средства спонсоров**

Это очень хороший и устойчивый (стабильный) источник, но рассчитывать на него всерьез обычно можно не раньше, чем на третий год проведения мероприятия. Как только у вашего события сформируется положительная репутация, спонсоры из числа бизнес-компаний, предприниматели будут понимать смысл поддерживать вас финансами.

От вас потребуется четко понять, какие люди к вам едут, и, соответственно, каким фирмам вы можете быть интересны. Сформулируйте предложение о спонсорстве, в котором продумайте и пропишите обеспечение достойной рекламы вашему спонсору.

**Плата за участие**

С участников, которые будут торговать своей продукцией, можно брать плату за участие. В этом случае важно продумать заранее различные варианты участия и их стоимость (размер площадки, нужно ли подключение к электричеству, нужно ли ваше оборудование и пр.), сформировать пакет предложений и подумать, кому вы можете их разослать. Обычно это «точечная» работа, которая проводится индивидуально с каждой компанией или предпринимателем. При получении любых денежных средств (от спонсоров или платных участников) важно действовать в рамках законного предпринимательства.

**Гранты и субсидии**

Сегодня существуют возможности для получения целевого финансирования (грантов, субсидий) от государства либо от частных благотворительных фон­дов на различные социально-культурные проекты, в т. ч. на проведение фестивалей и праздников в сельской местности. Их раздают на конкурсной основе. Чтобы поучаствовать в конкурсе, необходимо подать проект и комплект документов, который запрашивает кон­кретный грантодатель. Особенность грантов в том, что их практически никогда не дают физическим лицам и никогда не дают предпринимателям, коммерческим компаниям. Подать заявку на конкурс может либо не­коммерческая организация, либо (реже) учреждение культуры, образования, муниципалитет. Т. е. прежде чем думать всерьез на эту тему, вам необходимо за­ручиться партнерством подобных организаций, ра­ботающих на вашей территории или хотя бы в вашем регионе. Грантовые средства не нужно возвращать, но вы обязаны истратить их именно на то, на что вам их выделили, и быть готовым отчитаться за каждую по­лученную копейку как копиями финансовых докумен­тов, так и смысловым содержанием.

Разберем теоретическую часть на примере разра­ботки **Регионального праздника народных забав «Потешная слобода»**, мероприятие в рамках твор­ческого проекта событийного туризма «Сибирский тракт», организатором которого является Новоси­бирский государственный областной Дом народного творчества при поддержке Министерства культуры Новосибирской области.

 *ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА. Проект «Сибир­ский тракт» стартовал в 2019 году. В основе про­екта лежит идея исторической, культурной, наци­ональной, этнической памяти. В его задачу входят выявление и поддержка перспективных инноваци­онных проектов, связанных с традиционной куль­турой, этническими культурными традициями, народными художественными ремеслами и истори­ческими фактами Сибирского региона. Это позво­ляет привлечь внимание к сохранению и развитию нематериального культурного наследия Новосибир­ской области, а также способствует повышению nрестижа, роли событийного туризма и увеличе­нию туристского потока в Новосибирскую область.*

 *Надо сказать, что данное мероприятие плани­ровалось провести в 2020 году, организаторами были разработаны все этапы подготовки меропри­ятия сельского туризма, но в связи с неблагоприят­ной эпидемиологической обстановкой в регионе мы вынуждены были провести его в онлайн-формате. Но это не мешает нам поделиться опытом органи­зации мероприятия событийного туризма.*

**РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРАЗДНИК НАРОДНЫХ ЗАБАВ**

**«ПОТЕШНАЯ СЛОБОДА»**

 Региональный конкурс народных забав проходил в формате зональ­ных этапов в трех районах Новосибирской области (Маслянинский, Ордынский, Венгеровский). Финалом данного конкурса является праздник «Потешная слобода», куда приглашались творческие коллективы, ставшие победителями отборочных этапов конкурса.

Первый этап подготовки праздника – выбор площадки для проведения. Мы остановились на парке народных традиций «Хуторок» (Каргатский район). Территориально площадка подходит не только для творческих коллективов – участников праздника, но и для туриста – зрителя. Парк находится вдоль Московского тракта (в прошлом Сибирский тракт), в ста восьмидесяти восьми километрах от Новосибирска (трасса М-51 «Байкал»).

Удаленность от мегаполиса является положительным фактором, прежде всего это чистая экологическая среда, привлекательность природного ландшафта. Парк включает в себя: русские старинные аттракционы, музей под открытым небом с большой коллекцией предметов быта XIX века, часовню в честь Николая Чудотворца, беседки в народном стиле, «улицу ремесленника», жилища разных национальностей (юрта, украинская хатка), колодец «Журавль», баню, кафе русской кухни, гостиницу с конференц-залом, санитарный блок, сцену, деревянные резные фигуры, по периметру парка ограждение – деревянный забор и башни с имитацией пушек.

Парк народных традиций «Хуторок» является излюбленным местом не только для российских, но и зарубежных туристов, особо впечатляет сказочная природа, сюда приезжают отдохнуть от шумной городской суеты, полюбоваться красотами леса, зимой покататься на лыжах, а рыбалка на озере Бизюра – просто мечта, положительные эмоции и отдых в окружении красивых пейзажей гарантированы.

Итак, площадка нами была выбрана, дальнейшее наше действие – согласование с муниципалитетом Каргатского района, после чего мы приступили к разработке концепции праздника.

 **Концепция праздника**

 « » 20.. года в Каргатском районе на территории парка народных традиций «Хуторок» состоится театрализованный праздник в традициях ярмарочных гуляний – «Потешная слобода». Это праздник возрождения и сохранения народной культуры, праздник народных забав и игрового фольклора.

Его организаторами выступают Министерство культуры Новосибирской области, Новосибирский государственный областной Дом народного творчества при поддержке администрации Каргатского района Новосибирской области и «Землячества» Каргатского района.

Программа праздника обещает быть насыщенной: музыкально-театрализованные представления и театр Петрушки; национальные игры и забавы; выступления ансамблей народных инструментов, коллективов народной песни и фольклорных коллективов; торговые (гастрономические) ряды.

Для любителей более спокойного времяпрепровождения предусмотрена своя программа: можно заглянуть на ярмарку «Лавка ремесленника», увидеть интересные украшения и сувениры, выполненные в различных техниках декоративно-прикладного творчества, поближе познакомиться с мастерами-ремесленниками и принять участие в мастер-классах по традиционным ремеслам.

Кроме того, на территории парка народных традиций «Хуторок» можно увидеть большую коллекцию предметов быта XIX века, отражающую самобытность жителей сибирской глубинки, покачаться на старинных качелях и каруселях, посетить деревянную часовню Николая Чудотворца.

В празднике принимают участие творческие коллективы и мастера-ремесленники из районов Новосибирской области. Гости праздника – творческие коллективы из Республик Алтай, Тыва и Томской области.

Общее количество участников праздника: более трехсот человек.

 Локации праздника: «Лавка ремесленника», «Фолк-балаган», «Игра да забава», «Музыкальные забавы», «Национальные забавы», «Фотозоны», «Мастер-классы», «Аттракционы», «Катания на лошадях», «Танцевальная точка под гармонь», «Пленэр художни­ков», «Гастрономические ряды» (торговая ярмарка).

Программа состоит из трех основных частей: официальное открытие праздника, работа по площадкам, закрытие праздника.

Общее время праздника пять часов:

- 8.00 – заезд, размещение участников (творческие коллективы, торговля);

- 10.00-11.30 – репетиция открытия и закрытия праздника;

- 11.30 – звучит музыка, информация о программе праздника;

- 12.00 –торжественное открытие праздника;

- 12.30 – работа локаций праздника;

- 16.30 – торжественное закрытие праздника;

- 17.00-18.00 – отъезд участников праздника.

А теперь перейдем к деталям подготовки. На каждом мероприятии есть оргкомитет – рабочая группа, которая решает вопросы и распределяет ответственность по нескольким блокам:

1) Финансовый блок (на какие средства рассчитываем);

2) Творческий блок (тема, структура, программа, творческие силы);

3) Технический блок (питание, проживание, аппаратура, реквизит, транспорт, согласование с полицией, медицинская помощь, пожарная безопасность);

4) Рекламный блок (продвижение «ДО», «ВО ВРЕМЯ» и «ПОСЛЕ»).

Начинаем с творческого блока.

 Мероприятию всегда нужна ТЕМА, в нашем случае – это ярмарка забав народов Сибири. Взяв за основу пословицу «У нашего молодца нет забавам конца» (а главный персонаж ярмарки – молодец, у которого множество забав, – это Петрушка), мы решили посмотреть на народные забавы с разных точек зрения: «музыкальные забавы», «многонациональные забавы», «театр Петрушки», «забавы ремесленников». На ярмарку приглашали гостей из всех волостей. А так как Сибирь-матушка у нас многонациональная, то и на ярмарке были народы разных национальностей, каждый со своим товаром – «забавой».

Наша задача – приобщение населения и туристов к сокровищам нематериального культурного наследия Сибирского региона.

**Программа праздника (в сокращенном варианте, для примера)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Время |  | Место проведения |
| 12.00 | «Встречаем гостей со всех волостей» – торжественное откры­тие праздника | Главная сцена. Площадка № 1 |
|  | Музыкальные забавы | Главная сцена. Площадка № 1 |
|  | «Петрушкины потешки» – представления в фолк-балагане12.30 – «Как Петрушка невесту искал» – фольклорный коллек­тив «Карагод», руководитель Юлия Мартынова (Ордынский район).13.00 – «Сказки бабушки совы», театр кукол КДЦ им. Станис­лавского, руководители Екатерина Иванникова, Нелли Шуликова (Новосибирск).14.00 – «Петрушкины потешки», кукольный театр «Теремок сказок», руководитель Дарья Вишневская (Каргатский район).15.00 – «Лиса, заяц и петух», театр кукол «Сузунский сунду­чок», руководитель Татьяна Кузнецова (Сузунский район).15.30 – «Как скоморох царя надурил», театральная студия «Ма­ски», руководитель Егор Курмаев (г. Татарск). | Площадка № 2 «Фолк-балаган» |
|  | «Ярмарочная карусель» (программа с играми, шутками, при­баутками с участием коллективов Ордынского, Венгеровского районов и Новосибирска) | Площадка № 3 «Игра да забава» |
| 12.20-16.30 | «Национальные забавы» (казачьи, русские, белорусские, укра­инские, татарские, алтайские и др.) | Площадка № 4 «Казачий курень» |
|  |  | Площадка № 5 «Деревенская вечерка» |
|  |  | Площадка № 6 «В гостях у чатских татар» |
|  |  | Площадка № 7 «Украинские забавы» |
|  |  | Площадка № 8 «Белорусский двор» |
|  |  | Площадка № 9 «Алексеевская слобода» – русская культура |
|  | «Под гармошечку» (танцевальная программа) | Площадка № 10 «Танцевальная» |
|  | «Лавка ремесленника» (ярмарка ремесел) | Площадка № 11 «Улица ремесленника» |
|  | «Мастер-классы» | Площадки № 12-22 «Улица ремесленника» |
|  | «Обжорка» (гастрономические ряды) | Площадка № 23 |
|  | Работа народных аттракционов, фотозон, катание на лошадях, пленэр художников | Площадки № 24-35 |
| 16.30 | Торжественное закрытие праздника | Главная сцена. Площадка № 1 |

 **Технический блок**

 Разрабатываем чек-лист для организаторов. Чек-лист (check list) – это перечень пошаговых последовательных действий, которые вам необходимо выполнить, чтобы получить определенный результат в какой-либо работе.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Общие вопросы | Прожи-вание | Питание | Транспортный график | Оформ-ление праздника | Реклама |
|  |  |  |  |  |  |

1. **Общие вопросы**

Согласовать даты проведения с «соседями» (с рай­онами, чтобы не совпадали мероприятия).

Подробно прописать перечень всех мероприятий, дел и задач – указать ответственных. Сделать приказ по учреждению (подробнейший, где прописано – кто за что отвечает, что закреплено).

 Администрация муниципального района обяза­тельно должна издать распоряжение по подготовке и проведению мероприятия на территории района, куда войдут такие пункты, как охрана общественно­го порядка, обеспечение пожарной безопасности, медицинской помощи и др*. (согласно вашей про­грамме)*.

 2. Проживание

 В нашем случае проживание было запланировано для гостей праздника (творческие коллективы из со­седних регионов Сибирского федерального округа). Мы подробно изучили все условия проживания, коли­чество спальных мест в гостинице, после чего разра­ботали график расселения (кого куда поселить, время заселения, время отъезда, не забыть поселить обслу­живающий персонал, волонтеров и организаторов).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название коллектива и Ф.И.О. руководителя | Кол-во человек, из них Ж, М | Заселение/ выселение | Номера | Расселение проживающих по номерам | Сумма |
|  |  | Заселение 19.06.20 – в 12.00 до 20.06.20 – 12.00, сутки оплачивают самостоятельно.С 20.06.20 – с 12.00 по 21.06.20 – до 12.00, за счет организаторов.Выселение 21.06.20 в 8.00, после завтрака | 4 номера трехместных | 1 номер –Ф.И.О.2 номер –Ф.И.О.3 номер –Ф.И.О. |  |
| Ф.И.О.волонтер |  |  |  |  |  |
| Ф.И.О. организатор |  |  |  |  |  |

 **3. Питание**

Составление меню.

График питания *(нужен поварам, чтобы четко знать время и количество человек).*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Названиеколлектива | Кол-вочеловек | Дата и время питания | Место питания |
|  | 12 | 1. Ужин 19.00-21.00
2. Завтрак 7.00-8.00
3. Обед 14.00-15.00
4. Ужин 19.00-21.00
 | Кафе русской кухниГостиницаКафе русской кухни |

 **4. Обслуживающий персонал**

Здесь прописываем всех, кто обслуживает меропри­ятие, со всеми контактами (техническая служба, офор­мители, водители, администраторы, волонтеры и т. д.).

 **5. Транспортный график**

– Приезд и отъезд участников.

– Приезд местных жителей (участников).

– Доставка звуковой аппаратуры и т. д.

- Доставка участников от железнодорожного вок­зала до «Хуторка» и обратно (время прибытия элек­трички, поезда).

 6. Оформление праздника

– Программа по часам на все площадки.

– Баннер большой вдоль трассы.

– Баннер у входа, на встречу гостей.

– Баннер на сцену.

– Карта с указанием всех объектов праздника.

– Фотозоны.

– Оформление по площадкам.

 **Рекламный блок**

 «Разогрев» (завести событие в группе «ВКонтак­те», продвигать проект до начала мероприятия). На­пример, играем в разные загадки, видеоприглашение от фольклорных коллективов на праздник, рассказы­ваем о предстоящем событии.

 «Дневник праздника». Во время проведения осве­щать, что происходит на площадках.

 Информационный шлейф. По окончании празд­ника обсуждать в течение двух недель, делиться впе­чатлениями, выкладывать фото, видео.

 Наиболее популярные социальные сети: «Инстаграм», «Фейсбук», «ВКонтакте».

 **«Инстаграм» (Instagram), адрес в интернете: instagram.com**

 Эта соцсеть основана на фотографиях: пользова­тели вешают (принято говорить «постят») свои фото с очень короткими комментариями, а также видео­фрагменты. Можно отметить точку на карте (гео­тег), где сделана фотография; добавить ключевые слова - хэштеги (например, «сельскийтуризм», «эко­туризм», «агротуризм», «отдыхвдеревне»), по кото­рым пользователи смогут найти вашу страничку и подписаться на нее. Важно помнить, что ключевые слова пишутся без пробелов и заглавных букв – как в примерах выше.

 Подробные инструкции по использованию «Инста­грам» доступны в интернете: <http://instagramm.ru/> kak-polzovatsya-instagramom.

 Чем хорош «Инстаграм»?

 Сегодня это одна из самых быстрорастущих соцсе­тей в России.

 Изначально был популярен среди молодежи, но сейчас там все больше людей среднего возраста, се­мейных, активных, любящих путешествовать – тех, кто вам и нужен.

 В сельской местности и на природе легко снять множество красивых фото и необычных для горожа­нина коротких видео (сегодня это спокойно можно сделать на любой смартфон). Такие фото или видео (с козочками, цыплятами, поля с подсолнухами, спла­вом по рекам) имеют много шансов привлечь внима­ние жителей городов, а именно это вам и нужно.

 О чем следует помнить?

 Старайтесь подбирать интересные сюжеты, не­обычные моменты для фото или видео, избегайте стандартных кадров. Не нужно много фото в формате «я на фоне». Постарайтесь эмоционально передать то, что вы любите, в месте, где живете.

 Не пишите много текста – только краткие, лучше личные и эмоциональные комментарии к фото и видео.

 Обязательно разберитесь с хэштегами и использу­йте их – они помогут найти вас тем, кто интересуется этой темой.

 Специалисты рекомендуют делать один-два поста в день и стараться выработать и соблюдать свой единый стиль в тематике и обработке фото.

«Инстаграм» хорошо использовать для продвиже­ния своих мероприятий (например, сельских празд­ников), рассказа о прошедших турах, публикации отзывов ваших гостей. Но не стоит в каждом посте предлагать купить какую-то из ваших услуг – людям неинтересно читать страницу, на которой тебе каж­дый день что-то навязывают.

**«Фейсбук» (Facebook), адрес в интернете: facebook.com**

Эта соцсеть считается более популярной среди лю­дей среднего возраста (не молодежь), с более высо­ким уровнем образования и достатка, а также местом для профессионального общения. Это именно та аудитория, которая может задуматься над поездкой в сельскую местность с целью активного познаватель­ного отдыха, знакомства с традициями, экотуризма, поэтому научиться пользоваться ей настоятельно ре­комендуется.

В «Фейсбуке» можно создавать личную страницу, страницу бизнеса – группу для общения по теме. Вам стоит начать со страницы бизнеса, хотя иметь свою личную страницу тоже не помешает.

Подробные инструкции по использованию разных возможностей «Фейсбук» доступны в интернете, напри­мер по ссылке: <http://resultativesmm.com/?page_id=374>.

 *Чем хорош «Фейсбук»?*

Именно здесь проводят много времени ваши основ­ные потенциальные клиенты, а также возможные де­ловые партнеры (например, турагентства).

Удобен в использовании: здесь можно писать тек­сты, размещать фото и видео, объединяя их в альбомы, создавать мероприятия и приглашать на них людей из числа ваших друзей и пр.

Здесь есть профессиональные группы, где уже об­щаются люди, которые занимаются тем же, чем и вы. В них можно бесплатно вступить и общаться, это мо­жет быть полезно.

 *О чем следует помнить?*

В «Фейсбуке» можно писать тексты, но старайтесь не делать их слишком длинными и почаще разбавляй­те фотографиями.

Одного поста в день на вашей странице будет доста­точно. Может иметь значение время дня или день не­дели, когда вы вешаете пост: постов много, более ста­рые из них очень быстро уходят глубоко вниз ленты, где их мало кто увидит. Изучайте инструкции, чтобы разобраться в этом детальнее.

Поищите в поиске (и по ключевым словам) страни­цы, которые занимаются похожим бизнесом продол­жительное время и имеют много подписчиков. Посмо­трите, о чем они пишут, как часто, чем интересны.

 **«ВКонтакте», адрес в интернете: vk.com**

 «ВКонтакте» – наиболее популярная по числу поль­зователей социальная сеть в России. Особенность в том, что основная ее аудитория – молодежь от школьников до студентов. Молодежь не так часто интересуется сельским туризмом, к тому же обычно не имеет финансовой воз­можности принимать решения по дальним поездкам.

С другой стороны, «ВКонтакте» очень популярен в регионах России, и многие ваши партнеры могут иметь страницу здесь и не иметь ее в «Фейсбуке». Зарегистри­роваться во «ВКонтакте» будет не лишним, особенно если вы планируете работать с туристами из регионов.

 *Чем хорош «ВКонтакте?»*

 Большая аудитория.

 Множество функций (примерно тот же набор, что и на «Фейсбуке»).

 Скорее всего, именно там уже зарегистрировано большинство ваших знакомых, через которых можно будет быстро набрать новых подписчиков.

 Страницы «ВКонтакте» очень хорошо находятся по поиску в интернете.

 **Финансовый блок**

 Мы сознательно говорим о нем в последнюю оче­редь. Обязательно ищем привлеченные средства (гранты, меценаты), несмотря на то, что вы можете провести такое мероприятие на бюджетные средства. Обязательно посмотрите, просчитайте, где вы можете использовать собственные средства, где вы можете на чем-то сэкономить, где с кем договориться.

 Если вы не нашли достаточное количество средств, не спешите вычеркивать из своих творческих сил при­глашенных звезд. Пообщайтесь с людьми, возможно, они заинтересованы в вашей территории, местности, в вашем мероприятии настолько, что захотят сотруд­ничать – работать во время мероприятии на более мягких условиях.

 Чему еще хотелось бы уделить внимание в наших методических рекомендациях, так это сувенирной продукции, важной составляющей мероприятий со­бытийного туризма.

 **Сувенир** – это то, что напоминает о конкретном месте и конкретных людях. Ваша целевая аудитория – люди, которым действительно важно то, что они уве­зут с собой: качество этого товара, его происхожде­ние, истории, связанные с его изготовлением.

 *Какие бывают сувениры в сельском туризме?*

 Изделия для декора (подсвечники из коряг, полоч­ки из спилов деревьев, фигурки из веточек, декоратив­ные панно, букеты и венички из сушеных цветов и пр.).

 Авторские украшения из природных материалов (браслеты, бусы, серьги, кольца и пр.).

 Свечки ручной работы, оформленные веточками, вязанными подсвечниками.

Мыло ручной работы с добавками из местных трав.

Берестяные туеса, солонки, корзинки, ободки, по­яса и др.

 Тканевые авторские сумки, лоскутные одеяла, одежда в стиле «пэчворк» (из лоскутков).

Изделия из глины, керамика.

Поделки и изделия из кости.

Композиции и изделия из кожи, мха.

Изделия из бересты, корзины, торбаса.

Изделия из дерева (уменьшенные копии лодок, карбасов, саней и др.).

*О чем следует помнить?*

 **1. Натуральное и аутентичное**

 Не рекомендуем заниматься продажей безликих стандартных сувениров (бесконечных кружек, бре­локов и магнитов), обычно сделанных в Китае по единому шаблону. Себестоимость китайских суве­ниров будет

дешевле всегда, и местная авторская продукция никогда не сможет конкурировать с ними по этому параметру. Но ваша целевая аудитория принципиально иная. Это люди, которым важно, из чего и кем сделана памятная вещь: за ее подлин­ность, за то, что они могут лично познакомиться с мастером, а то и посетить его мастер-класс, они го­товы платить больше.

 **ВАЖНО! Тот же принцип касается материалов, из которых вы производите сувениры, а также са­мих технологий их изготовления. Турист, который едет за подлинностью, не станет покупать товары, сделанные из пластика, ярких синтетических нитей, иных чужеродных для данной местности мате­риалов. Ему также неинтересны современные, заимствованные из интернета виды рукоделия и ино­го творчества. Ведь все это он может найти в городе, откуда приехал, причем значительно в более широком ассортименте. Зачем ему везти эти же вещи издалека? А вот натуральные материалы, вещи, сделанные по традиционным технологиям, которые сохранились именно у вас, связаны символиче­ски и исторически с вашей территорией, – это то, что он больше нигде не купит! И только в этом вы можете быть конкурентоспособными.**

 **2**. **Связь с территорией**

Связь сувенира с территорией – это не просто нуж­ный логотип или фотография, приклеенная на любой товар. Гостю интересны вещи, которые имеют прямую ассоциацию либо с уникальной природой данного ме­ста, либо с историей, этнографией, обычаями, тради­циями, людьми, ремеслами. Не пожалейте времени на консультации с местными краеведами, историками, изучайте литературу – вы узнаете о своей местности много удивительного, даже если прожили здесь всю жизнь. Новые знания натолкнут вас на мысли об ори­гинальной сувенирной продукции, которая действи­тельно будет не похожа на то, что делают все вокруг.

 **3. Ассортимент товаров разной ценовой категории**

На начальном этапе, пока вы не представляете в полной мере «портрет» вашего клиента, попробуйте предложить ему разные варианты – так называемую линейку продукции. Небольшие, простые в изготовле­нии и недорогие сувениры, скорее всего, раскупят бы­стрее. Однако, возможно, вам будет проще долго рабо­тать над дорогой вещыо и продать ее одному туристу, чем неделями возиться с однотипной «мелочевкой». Попробуйте разные форматы, поэкспериментируйте с ценами, оцените свои затраты на материалы, износ оборудования и время, потраченное на работу. Будьте гибкими, при этом не теряя свое «лицо» мастера. Через некоторое время вам станет понятно, что покупают лучше, что хуже, и вы сможете расставить приоритеты.

4. Детские сувениры

Товары для детей раскупают, как правило, лучше всего. Особенно если это развивающие, образова­тельные игры и методики, что-то полезное и при этом приятное. Но помните, самое главное – это безопас­ность вашей продукции для ребенка. Обилие мелких деталей, материал изготовления (его экологичность), надежность креплений – все это имеет большое значе­ние. Ваша обязанность – свести к минимуму любой воз­можный риск, в противном случае возможны крайне неприятные последствия для вас лично. На любую про­дукцию, связанную с детством, желательно оформить гигиенический сертификат или декларацию о соответ­ствии стандартам качества и безопасности товара.

5. Упаковка

Плохая, некачественная упаковка может испортить все впечатление от сувенира. Как и сам товар, упаковка должна быть натуральной, экологичной, не отвлекаю­щей от самого продукта, но подчеркивающей его ау­тентичность и связь с территорией. Крафтовая, вторично-переработанная бумага, мешковина, натуральные ткани естественных цветов – хорошие варианты упаков­ки. Не стоит использовать пластиковые бутылки – заме­ните их стеклом. Коробочки под вашу продукцию лучше сделать картонными, чем пластиковыми, даже если это выйдет дороже. Поверьте, ваши покупатели смогут это оценить. Если есть возможность обойтись вообще без упаковки – обойдитесь без нее.

 6. Фирменный стиль и этикетка

 Современный потребитель хорошо запоминает картинки, поэтому уделите особое внимание качественной этикетке с вашим логотипом на товаре. Придумать свой логотип и фирменный стиль (визуальный образ вашей торговой марки) не так просто, как может показаться. Над этим должны работать профессиональные дизайнеры, поэтому, если есть возможность, постарайтесь проконсультироваться с ними. Хорошо сделанный логотип – не мелочь, он позволит вашим клиентам запоминать и сразу узнавать именно вашу продукцию в ряду аналогов. Особенно актуально это для тех, чья продукция достаточно стандартна (к примеру, мед, травы), может быть сделана в разных регионах разными производителями. Красочная и качественно напечатанная этикетка с вашим логотипом и названием позволит вашей продукции не затеряться на полках с аналогичными сувенирами, когда ваши гости вернутся домой. Не забудьте разместить на плакетке вашу контактную информацию.

7. Продвижение и продажа

 Чтобы официально заниматься производством и продажей сувенирной продукции, необходимо оформить ИП, выбрав соответствующие виды деятельности (ОКВЭД). После этого вы сможете заниматься реализацией вашей продукции самостоятельно или через посредников, или даже открыть собственную торго­вую лавку. Если вы продаете свои сувениры в розницу поштучно, вы можете, но не обязаны, оформить сер­тификат на товар. Но если вы предлагаете свою про­дукцию оптовикам для дальнейшей реализации через магазины и торговые сети, то декларация соответ­ствия стандартам качества и безопасности понадобит­ся вам обязательно. Есть некоторые виды сувенирной продукции, на которые вам в обязательном порядке нужно будет оформить декларацию, это косметиче­ские средства ручной работы, кремы, мыло, шампуни, а также любые виды продуктов питания: рыба, сыр, чай, сборы трав и так далее.

 При создании уникальной продукции, потребовав­шей серьезной разработки и особенного дизайна, жела­тельно запатентовать ваше право на единоличное обла­дание этой технологией. Таким образом вы обезопасите себя от недобросовестных «последователей», любителей присвоить уже раскрученную идею, производить и про­давать подобный товар. Помните, что ваша предприни­мательская деятельность должна быть законной.

 Итак, в заключение подведем итоги вышесказанному.

Факторы успеха событийного мероприятия:

– оригинальность идеи;

– командная работа;

– продуманность сценария;

– натуральные (аутентичные) декор и дизайн;

– четкая программа продвижения;

– заранее продуманные разные источники финан­сирования.

 События – очень хороший повод привлечь тури­стов, а также эффективный механизм продвижения для всех объектов и программ в сельском туризме. События – это сложно, порой затратно и требует объ­единения с другими объектами и партнерами. Но эти усилия стоят тех результатов, которые вы получите.

  **Список используемой литературы**

1. Материалыброшюры «Методические матери­алы по ведению сельского туризма» / Министерство культуры Российской Федерации, Министерство куль­туры и туризма Калужской области. – Ч. 1. – Калуга: Ноосфера, 2015. – 72 с.

2. «Зеленыйдом: методическое пособие по организа­ции сельского туризма». / С. Г. Шилова, Н. Я. Терехова, О. Ю. Образцова, М. И. Буйволова, Н. А. Васильева. – Красноярск, 2010. – 104 с. (в части подготовки Прило­жений 1-3).

3. Материалы сети интернет (для описания неко­торых отдельных кейсов).

4. Методическое пособие «Основы сельского туриз­ма» / Копылова С. Л., Лебедева И. В. – Москва: АНО «АРСИ», 2018. – 125 с.

5. Методическоепособие «Сельский туризм. Что такое маркетинг и как продвигать свой турпродукт» / Лебедева И. В., Копылова С. Л. – Москва: АНО «АРСИ», 2018. – 58 с.

(Журнал «Народное творчество Новосибирской области»,

 № 3-4, 2020 г., с. 60-73)

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |
| --- |
|  |
| От составителя……………………………………………………. | 3 |
| Клубная панорама Алтая (обзор форм работы культурно-досуговых учреждений)…………………………………………. | 4 |
| Л. Филатова. Организация мероприятий событийного туризма в сельской местности (методические рекомендации)…………. | 12 |

Клубная панорама

Информационный бюллетень

Составитель

Н.А. Кучуева

Редактор Е.Л. Овчинникова

Ответственный за выпуск Е.В. Карпова

Верстка Е.А. Афонькина

Тираж 20 экз.

КАУ «Алтайский государственный Дом народного творчества»

656043, г. Барнаул, ул. Ползунова, 41

e-mail: agdnt@yandex.ru

www: cntdaltai.ru